

MdN
DESIGN & GRAPHIC

FEATURE ARTICLE 1

022

作品の スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

映画／雑誌／アニメ／音楽／舞台

TALK SESSION

018

人と人

hit

to

session 37

依田伸隆 [10GAUGE] × 浅野直之

クリエイター2人のテーマトーク

GRAPHIC

086

創る。

094

DESIGNING the MOMENT

シャッターでデザインしてみたい

097

FLYING DICTIONARY

102

MASHIN
SOURCE
By Ikuo Kuroki

CREATOR'S WORKS

078 PORTFOLIO NO.45

YUDAI
MARUYAMA

MdN
DESIGN & GRAPHIC

2017 APRIL

TREND
007

016

FOR DESIGNERS
118

114

DESIGN
DIGESTBOOK/PACKAGE/POSTER/
WEBSITE/CD JACKET/ETC.

120



このデザインの、あのフォント。

サ

コ

COVER

READING
098

creator's essay

100

DIALOG
124

099



creator's essay

103

シシヤマサキの
シシヤマケ岳

INFORMATION

- 096 MdN MOOK Series
- 104 DATA GUIDE
- 106 MdN BACK NUMBER
- 108 クリエイター自薦薦
- 112 編集後記／次号予告

MdN
DESIGN & GRAPHIC

ディズニー・アニメーションの原画が一挙上陸

その想像力と技術にせまる企画展

東京・お台場の日本科学未来館で企画展「ディズニー・アート展 いのちを吹き込む魔法」が開催される。同展は、「いのちが吹き込まれた瞬間」をコンセプトにディズニー・アニメーションの想像力と技術革新の軌跡にせまるもの。公開されるのは、ミッキーマウスの誕生作となった「蒸気船ウィリー」から最新作の「モアナと伝説の海」(3月10日日本公開)に至るまで、約90年分のディズニー・アニメーションの原画やスケッチ、コンセプトアートなど450点以上の作品。そ

れら傑作の裏に隠された数々の魔法(いのちを吹き込む技)を解き明かし、作品を生み出すために費やされたリサーチや開発などの侧面をフィーチャーしている。なお、東京展終了後、大阪、新潟、仙台の順に巡回展が開催される予定。(山口 優)

ディズニー・アート展 いのちを吹き込む魔法

■ URL ds2017.jp/ ■ 会場 日本科学未来館 企画展示ゾーン
■ 会期 4月8日～9月2日(東京展)
■ 入場料 1,800円(大人・3歳)はなし

©Disney Enterprises, Inc.



「蒸気船ウィリー」より(1928年)



「ストúピア」より(2016年)

©Disney Enterprises, Inc.



【文庫の詩】

最果タヒの詩集が映像化

「さいはてれいぶ」配信スタート

ショートフィルム番組「さいはてれいぶ」の配信が、フジテレビジョンの総合エンターテイメントサイト「FOD(フジテレビオンデマンド)」にて開始した。「さいはてれいぶ」は、現代詩手帖賞や中原中也賞などを受賞した詩人の最果タヒの詩集「死んでもしまう系のぼくら」および「夜空はいつでも最高密度の音色だ」を若手監督と女性アーティストがショートフィルムで表現するといったコンセプトの番組。今回配信された作品は、荒船泰廣監督、ほん(ORESAMA)出演の「恋する心臓」、山戸結希監督、上坂すみれ出演の「文庫の詩」、二宮 健監督、吉澤嘉代子出演の「MEDIOCITY GIRLFRIEND」の3作品。メインビジュアルのイラストはデジタルアーティストのwatabokuが担当。楽曲は小島英也(ORESAMA)、Vampillia、浅見北斗(Have a Nice Day!)が提供している。(山口 優)

さいはてれいぶ

■ URL saihatreibu.jp/

MdN
DESIGN & GRAPHIC

めくって試せるフォントの組み合わせ

組版見本帳「フォントマッチングブック」

組版見本帳「フォントマッチングブック」(バイインター・ジョンナル)が発売中。同書はフォント別に「見出し」「リード」「本文・キャプション」の3つのパートに分かれしており、各パートをめることできさまざまなフォントの組み合わせを試すことができるというのも。また、左ページが巻組み、右ページが横組みになっており、読み方の違いによるフォントの見え方も確認することができます。組版見本の級数(文字サイズ)と面送り(行き送り)は「見出し」が36Q・46H、「リード」が16Q・

26H、「本文・キャプション」が13Q・22Hおよび9Q・15Hとなっている。収録フォントはモリサワ、フォントワークス、SCREENグラフィックアンドプレシジョンソリューションズ、タイプバンクなどの人気109書体で、組版見本にはフォント名やウェイトなどが明記されている。(山口 優)

フォントマッチングブック

■ URL pin.co.jp

■ 備考 2,808円



今回のテーマは〈時間〉

magmaの新作個展「STOP THE TIME」

アナログな質感と、色彩豊かな独特的な世界観で人気を博める杉山純と宮澤謙一によるアーティストユニット、magma(マグマ)。広告美術、空間演出、家具などのプロダクトから、ゆずやきやーばみぬみゅ、サカナクションらのミュージックビデオの美術セットやkeisuke kanda新宿店の店舗内装など、さまざまなジャンルに渡りクリエイティビティを発揮している。そんな彼らが、新作個展「STOP THE TIME」を中目黒のオルタナティブスペース「VOILLD」で開催。地下に広がるVOILLDの空間に、「時間」をテーマにしたオブジェやスカルプチャーなどの立体作品を中心に、コラージュ、ペインティングといった平面作品などを約30点を展開する。このほか、新作のキーホルダーなどの限定グッズをはじめ、伊勢丹新宿店とのコラボレーションアイテムとなるTシャツやパーカー、バッグなども登場。こちらも楽しみだ。(齋藤あさこ)



STOP THE TIME

■ URL voilld.com ■ 会場 VOILLD

■ 会期 3月31日まで ■ 入場料 無料

HELLO!
NEWS & TOPICS

MdN
DESIGN & GRAPHIC

約300点の制作資料が一堂に

「君の名は。」展が開催

東京・銀座の松屋銀座B階イベントスクエアで新海 試監督作品「君の名は。」展が開催される。昨年夏に公開され大ヒットを記録したアニメーション映画の魅力にせる展覧会で、会場には企画書や絵コンテ、設定資料など約300点の貴重な制作資料を展示。新海によるビデオコンテや作画監督によるキャラクター設定表、劇中場面を再現した糸の風景カットの展示、挿入歌を手掛けたRADWIMPSの主題歌を歌詞とともに聞くことができるコーナーなども用意

されている。さらに、劇中の授業シーンに登場する黒板を再現したものも初公開となる。物販エリアでは、展覧会限定の新商品や、背景イラストのクリアファイル、ポストカードなど、関連書籍やDVDを含めた約200種類の商品が販売される予定だ。(山口 優)

新海 試監督作品「君の名は。」展

■ URL www.matsuya.com/m_ginza/

■ 会場 松屋銀座 8階イベントスクエア

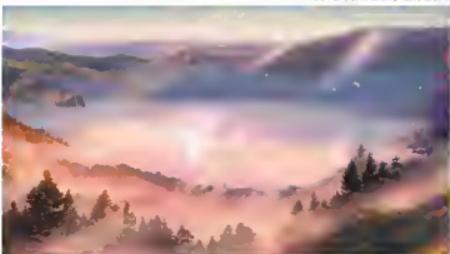
■ 会期 3月30日～20日 ■ 入場料 700円(一般 当日)ほか

©2016「君の名は。」製作委員会

©2016「君の名は。」製作委員会



作画監督・安原雅司によるレイアウト修正



風景カット(糸守)

懐かしのソニー製品がファッションアイテムに!

ザ・パーキング銀座×ソニーのコラボレーション

東京・南青山の「ザ・ブル青山」に続き、藤原ヒロシがデコレーションするコンセプトストア「ザ・パーキング銀座(THE PARKING GINZA)」。銀座、数寄屋橋交差点にあるミニビルの地下3階に構え、ユニークなコンセプトやイベントで話題のこのショップが、ソニーとのコラボレーションアイテムを発売した。「WALKMAN®」のロゴを施したコートジャケットや、80年代に「It's a Sony」のCMジングルとともに使われていた「S」ロゴをあしらったトートバッグ、ウォークマンやフロッピーディスク、ベータマックス・テープなどのソニー製品を实物大で再現したポーチなど、往年のソニーファンにはたまらないグッズがラインアップされている。(齊藤あきこ)

THE PARKING GINZA

■ URL park-ing-ginza.com/



MdN
DESIGN & GRAPHIC

コンセプトは「身に付けることのできるグラフィック」

ファッションブランド・ミントデザインズの展覧会

大胆で豊かな色合いや、グラフィカルでユニークなモチーフのテキスタイルで、クリエイターにもファンの多いファッションブランド「ミントデザインズ」。2001年の設立以来、ファッションの枠にとらわれない活動を続けている彼らが、クリエイションギャラリー G8の3部屋をフルに使い、40体のマネキンなどが登場するスペクタクルなインスタレーションを展覧する。「身に付けることのできるグラフィック」を作り続けてきたミントデザインズの活動を包括する一大イベントだ。

(齋藤あきこ)

mintdesigns / graphic & textile works 2001-2017

- URL rcc.recruit.co.jp/g8/
- 会期 3月25日まで
- 会場 クリエイションギャラリー G8
- 入場料 無料



「暮らしの手帖」創刊者・花森安治

編集長としての声に耳を傾ける展覧会

東京・世田谷美術館で「花森安治の仕事 一—デザインする手、編集長の認一」が開催中だ。「暮らしの手帖」創刊者として知られている故・花森安治の多彩な仕事を通じて、その思想を探っていくという本展。花森の学生時代、戦時中の資料、取材や執筆から表紙画やレイアウトまでの全てを手掛けた暮らしの手帖時代の仕事、他社の誌帳などといった仕事の他にも、誌面で紹介した日用品や電化製品、身边にあった愛用品など、約750点の希少な資料が展示される。(山口 俊)

花森安治の仕事 一—デザインする手、編集長の第一

- URL www.setagaya-museum.org/
- 会期 4月9日まで 延長申請：世田谷美術館
- 入場料 1,000円(一般 当日)ほか



「美しい暮らしの手帖」1世紀 1号(創刊号)
発行 衣裳研究所 1948年9月20日刊 基本の手帖社編

HELLO
NEWS & TOPICS



INFOBAR OPTIMUS PRIME (NISHIKIGO)
© 2003 年 KDDI 株式会社。 © TOMY

auの携帯電話がトランスフォーム!

驚きの「au×TRANSFORMERS PROJECT」

マイケル・ベイ監督が繰り、ハリウッドの人気映画「トランスフォーマー」と、15周年を迎える「au」がまさかのコラボレーション! 械強いファンを持つデザイナーイーの初代「INFOBAR」が、オプティマスプライム・バンブルビー・メガトロンのキャラクターに完全変形するロボットを、クラウドファンディングサービス「Makuake」(3月30日18時まで)で申し込み受付中だ。Bluetoothユニットを内蔵し、スマホの着信をLEDの点灯により知ってくれる実用的な機能も。(齋藤あきこ)

au×TRANSFORMERS PROJECT

- URL time-space.kddi.com/au-transformers/index.html
- 価格 5,400円(INFOBAR OPTIMUS PRIME (NISHIKIGO) 1本), 16,200円(au×TRANSFORMERS PROJECT 3種セット販売スリーブ)



IN FOCUS

「Seaboard RISE」 MIDIコントローラー

ROLI / 2016

鍵盤をスライドさせて音階を操断できるなど、革新的なMIDIコントローラー「Seaboard RISE」。これを開発したイギリスの楽器メーカー「ROLI」のCEOのローランド・ラムさんの制作背景とは。

● 記述・文 足立鏡子 ● 写真 ただ【ゆかい】

CREATOR INTERVIEW

私はジャズ・ピアニストとしても活動する中で、ピアノの鍵盤と鍵盤の間の音を出せないかと検索したのが、「Seaboard RISE」を開発するきっかけです。まず、デザインの視点から白鍵と黒鍵の境目をなくすと表面に並行したソフト・シリコンを採用、音から音への移動がスムーズにできるようにしました。そして、色の持つエモーションから本体を黒一色に。これには、白鍵と黒鍵という伝統的



な色の組み合わせの対象の色という意味もあります。

「Seaboard RISE」の最も特徴的なポイントは、ハイオリンやギターの弦の上で指を滑らすように音と音の間を表現できる全面シリコン製のサーフェス。5Dタッチに対応していて、押す時の深さや圧力を検出し、前後左右にスライドするといった人間の指先の直感的な動きをそのまま音に変えることができます。この多次元データを実際の

音として処理・出力するに似非常に高度なソフトウェアが必要なため、世界初のマルチディメンショナルによるサウンド・コントロールが可能な付属ソフトウェア「Equator」も開発。ユーザーからは、次世代のキーボード、全く新しい楽器などと賞賛いただき、2016年度のグッドデザイン金賞を受賞しました。

(価格:RISE 25/99,800円、RISE 49/168,000円)

CREATOR PROFILE

Roland Lamb (ローランド・ラム)

ROLI創業者兼 CEO。幼いころからピアノを習い、修行のために日本で生活をしていたこともある。ビジュアル・アーティストやジャズ・ミュージシャンとして活動した後にハーバード大学を卒業、その後ロンドンへ移住し、ロイヤル・カレッジ・オブ・アート在学中の2009年にROLIを創設。

url: www.mtn.co.jp/rol/

人と人

hit to hit

クリエイター2人のテーマトーク

session 37

依田伸隆 [10GAUGE] × 浅野直之

theme

「90年代サブカルチャーとアニメの越境」

クリエイションに挑むる者同士の会話から、
アート・グラフィック・カルチャーの今を浮き彫りにする、
対談連載「人と人」。
アニメや音楽など、90年代のサブカルチャーに
影響を受けたというアニメーターの浅野直之さんと
映像制作会社10GAUGEの依田伸隆さん。
お二人にアニメと他ジャンルの越境について語ってもらった。

●取材・文 足立穂子
●写真 谷本 夏 [studio track72]

依田 浅野さんとは「おそ松さん」の仕事で初めて一緒にして、その後、共通の知り合いを介して飲みに行ったのが初対面でしたね。

浅野 その時、アニメの話もしましたけど、音楽の話も結構しましたね。

依田 僕の方が2学年上ですけど、学生時代に読んでいた「クイック・ジャパン」を結構読んでいた人と話をすると、その当時見ていたものが共通することが多くて、「同志がいた!」みたいな気持ちになります。その飲みの席で、依田さんがイギリスにレコードを作りに行った話を聞いて、この人、ちょっとヤバいなと。

依田 イギリスにDJ KRUSHさんと仕事をしたカッティングエンジニアがいるのを知って、バイトで得たお金を貯めて、自分たちが作った音楽をその人にカッティングしてもらったんです。レコードを作りに行ったというか、僕はミーハー気分でついていった感じですよ。

浅野 それは僕のような田舎者からすると、90年代にイギリスに行っただなんて、ちょっと許せんです!

依田 あははは!

アニメをめぐる評価が転換した90年代

浅野 依田さんって、普通、アニメの仕事をやらないタイプなんじゃないかなと。いろいろなサブカルチャーを好きで見ていたなかで、そのひとつがアニメだったという人。実は、僕もそうなんです。

依田 それは浅野さんのお仕事を見るとじみ出ちゃってるので、なん

依田伸隆

Nobutaka Yoda

映像ディレクター、作曲家、株式会社10GAUGE代表。1977年、東京生まれ。学生時代から友人である松木大祐と10GAUGEというチームで実写/アニメを問わず趣味的に自作制作を始める。フリーランス期間を経て、のちに法人化。近年、アニメ作品のPVやOP/ED映像に関わることが多い。「おそ松さん」PV、「君の名は。」予告、「モブサイコ100」OP/PV、「黒人」OP/ED、「がんがんがんこちゃん」本編制作など。

url: 10gauge.org



となくわかりますよね。

浅野 ちょっと気をつけよう……。アニメではなにが好きでしたか?

依田 「エヴァンゲリオン」(以下、エヴァ)ともうひとつは、それこそ浅野さんの最近のお仕事に関することですけど、僕は「機動警察パトレイバー」(以下、パトレイバー)がとにかく好きだったんです。浅野さんが「機動警察パトレイバーREBOOT」(以下、REBOOT)の仕事をしたってことは、もうゴールに行行ったみたいに思えて(笑)。

浅野 まだまだゴールじゃないですよ。後のゴールはイギリスですよ)

依田 (笑)。うちの会社のスタッフで、好きなものがそれぞれ違うんですが、唯一共通するのが「パトレイバー」なんです。特に、劇場版第1作と、第2作あたり。

浅野 自分もアニメでいったら、中3ぐらいの時に見た「AKIRA」、「攻殻機動隊」、「エヴァ」、「もののけ姫」とか。ただ、「エヴァ」や「もののけ姫」と、「AKIRA」や「攻殻機動隊」って、ちょっとまた違いますよね。「AKIRA」とかは、アニメだけオタクじゃない。当時はまだオタクって、ちょっと気持ち悪いって言っていたんじゃないですか?

依田 今ほど市民権を得てないですからね。

浅野 僕、小学生くらいのときからアニメっぽい絵とか描いたりしてたんですけど、中学生になった時に脱アニメをしていた時期があって。でも、ちょうどその時に「AKIRA」や「攻殻機動隊」を見て、これは他のアニメと違うぞ。そこまでまとめて感じなんです。あと、僕が中3ぐらいの時に、NHKの番組で「RAINBOW 2000」(日本初の大規模野外ライブ)での日本のテクノロジーの特集をしていたんです。そのなかで、ケンイシイガが後ろのスクリーンにアニメーションを映しながらプレイしていて。

依田 あのへん、強烈でしたね。

浅野 アニメ制作会社のSTUDIO4℃が手がけたものや、飯野賢治さんが作った作家性の強いゲームなどに、かっこよさや時代の最先端を感じていました。

依田 「エヴァ」をオンエアの時に見てたけど、周りの友達から「おまえ、アニメなんか見てんじゃねえよ」とノリはありました。

浅野 最初はそうだったのに、サブカル層から寵愛されて、評価がコロッと変わった。

依田 1996年に「クリック・ジャパン」で庵野秀明さんの特集が組まれるってことは、もうこのあたりからメディアの人たちの間では「アニメってなんかヤバいんだな」という空気感があったんでしょうね。まさか、自分がアニメの仕事に関わるとは思ってもみませんでしたけど。

押井 守の実写作品を見て映像制作の道へ

依田 僕は絵を語めて、映像制作をするようになったんです。美大生の時にバンドをやっていたので、自主映画の制作を自分たちで作っていたのが、いまだに仕事として続いている感じで。映像制作会社に入って下積みをしたりすることがまるでなかったものだから、今になってすごく後悔しますけどね。

浅野 最初に映像を作りたいと思い立つきっかけになった作品はあるんですか?

依田 「紅い眼鏡」や「ケルベロス」とか、押井 守さんの実写の作品です。ちょうど8ミリカメラを手に入れて、見よう見まねで映像を作り始めました。

浅野 依田さんの仕事って、モーショングラフィックのイメージが強いです。



浅野直之

Naoyuki Asano

1980年生まれ。アニメーター、キャラクターデザイナー。ゲーム系専門学校卒業後、動画マンとしてアニメ業界へ。主な代表作に、「おそ松さん」、「劇場版ドラえもん新・のび太と鉄人兵团」、「監督おにいさん」、「NHK~花は咲く、東北に咲く~」、「アニメ×ライ しらんぶり」など。星野源「地獄でなぜ悪い」のMVの監督を星野源と共に務める。



「僕らもいまだに『90年代の映画っぽくしよう』って話したりします。
アニメって許容範囲がすごく広いので、
他のカルチャーを軽々と入れられる強みがある」

—— 依田伸隆

ですが。

依田 昔から自主映画と一緒に作っていた松本と僕とで会社を立ち上げたんですが、彼が専門学校でAfter Effectsを学んでいたので、僕が編集した映像に、松木がモーショングラフィックを入れているんです。今でこそアニメのオープニングやエンディングの映像に携わっていますが、当初は、PVやCMなどの広告映像を作っていました。僕ら、絵を描けないコンプレックスがあって、絵を描けたうえで、監督、脚本、演出など、実際に手を動かしている人たちにすごくレスポンスがあるんです。

浅野 それは、アニメーターからするとすごく嬉しいんですけど、たぶん、僕たちも逆のコンプレックスがありますね。じゃないと、依田さんに仕事行かないですよ!

依田 アニメって、現場の作業量が膨大だから分業化の一環としてもうちに仕事が来るんでしょね。よく話を聞くのが、撮影さんもんとはもっと細部までこだわりたいんだけど、オンエア間に合わせることを優先させないといけない。だから、僕らはおいしいところをやらせてもらっているんだなって自覚しています。

「おそ松さん」の制作で参考にしたものとは?

依田 僕、浅野さんと同世代とその前の世代のアニメーターさんとでは作る絵がまるで違う気がしていて。

浅野 そうですかねえ。

依田 その絵作りの違いって、劇場版「ドラえもん」を経験していることになにか秘密があるんじゃないって、個人的に思ったことがあるんですけど(笑)。それこそ、かっちりした絵作りにしなくとも、アニメーションが持っている根源的ないきいきとした感じが画面を通してすごく伝わってくる。よく見るとキャラの顔とかが違うたりするのに、「キャラの顔をかっちり描くよりもっとおもしろいことあるでしょ?」みたいな画面の作り方をするんですよ。でも、「REBOOT」を見たら、浅野さん、かっちりしたものもできるんだとびっくりしました。今はいい絵と作者のゆうきまさみさんの絵を絶妙なところに落とし込んでくれたのが、すごくいいですよ。

浅野 してやつたりですね!

依田 「完極超人あーる」っぽい。ちょっとふくらしてるんですね。

浅野 自分もそのあたりの作品が好きなんですよ。アニメーターそれぞれにかっちり系が得意などのスタイルがあるんですが、自分はあんまりクセがなくて、これといったスタイルがない、ファミレスみたいなのが自分の持ち味かなと思っています。

依田 浅野さん、下積み時代にいろいろなタイプの作品に関わっていますもんね。

浅野 かっちり系や美少女ものなど、これまでの蓄積があるのが逆によかったのかな。絵柄は幅広く描きたいという意識があって、アニメ内で完結させるんじゃなくて、他のジャンルからモチーフを借りてアニメに合わせることをずっとやりたくて、「おそ松さん」ではそれができたと同時に手応えを感じました。

依田 どういものを参考にしたりしたんですか?

浅野 僕、CDとかレコードのジャケットが好きで。イエスの「Tales from Topographic Oceans」みたいな、古いプログレのジャケットに描かれているロジャ…ディーンのアートワークとか。

依田 あの仰々しい精緻美、いいですね。

浅野 シュールなのに上品で、なんか代替っぽい。赤塚不二夫の世界もサイケでシュールなのに、必然としているから上品な印象もあるじゃないですか。「おそ松さん」は、プログレじゃなくても、わりとなんにでもハマる。普通のアニメでは使いにくい色味も使える感じがありましたね。

アニメーターって、若い人でも絵がうまい人がたくさんいるんですけど、いざ同じラインに立った時に今までやってきたことや見てきたもの、その人しか出せない独自性で差が出てくるんです。

依田 僕もですが、自分の好きなものとか、バックボーンに頼るところはありますね。最近の作品を見て勉強しなきゃいけないなとは思うんですけど、やっぱり昔取った杵柄には勝てませんよね。

浅野 ほんとそう! 僕、90年代のものだけずっとやってます。

依田 今もおもしろいものがいっぱいあるんだけど、自分が「18、19の時に見た90年代の映画ほど感動したり影響を受けたりしたものはない。

浅野 「宇宙戦争」を見てすごいと思うけど、「ジュラシック・パーク」を越えられない。

「たぶん庵野さんも、特撮とか好きなものを『エヴァ』に入れていたと思うんですよ。自分の好きなモチーフを混ぜること自体は、昔からあんまり変わらない気がします」

—— 浅野直之



依田 僕も浅野さんもその世代なりのねくれ方をしていましたよね。

浅野 はい……僕もひねくれていますし、自分は王道に行けないというのを自覚しています。「おそ松さん」の仕事では、実は王道を狙ってなくて、自分が好きなものを詰め込んで提案しました。

依田 あれ、かなりの変化球ですよ。

浅野 だから、「おそ松さん」を見た今の若者たちは、90年代の「クリク・ジャパン」を取り上げていたサブカルチャーを知らず知らずのうちに、浴びているわけですよ。

依田 アニメや声優好きの女の子が「おそ松さん」のメタっぽいギャグで笑っているって、僕たちがおもしろがっているものが届いたってことですよね。すごい改革が起きたなと思いました。

受け■としてのアニメの許容範囲の広さ

浅野 「3月のライオン」のオープニングでは、「トレインスピッティング」のトイレのなかに入り込むシーンを参考にしているんです。今年、続編の「T2 トレインスピッティング」が公開されますよね。

依田 僕らも今までに「これ、『イン・ビクス』のあれっぽくしようよ」と話したりしますよ。もしかしたら、僕たちと同じ世代の人たちがアニメ制作現場の中心を担ってきているから、お互い共有していたカルチャーをモチーフとして入れやすいのかもしれませんね。

浅野 たぶん、庵野さんも特撮とか、自分が好きなものを「エヴァ」に入れていたと思うんですよ。だから、自分の好きなモチーフを作品に混ぜる

こと自体は、昔からあんまり変わらない気がしますね(笑)。

依田 しかもアニメにて許容範囲がすごく広いので、それを色々と入れられるという強みがある。

浅野 自分が好きなものをさりげなく入れて気づかれないかたりすると、勝った気になりますね!

依田 (笑)。「スラムダンク」のアニメで、バスケの試合の観客の一人がAINシュテュルツエンデ・ノイバウテン(ドイツのインダストリアルバンド)のTシャツを着ていたのを古い記憶で覚えていて。その時は、違うTシャツを着てた人がいると思っただけで、なにかわからなかったけど、ノイバウテンを好きになって初めて気づいたんです。アニメーターさんって、そういう遊びをしますよね。

浅野 やりますやります。

依田 自分勝手な話ですけど、浅野さんも僕も「自由にやっていいよ」と言われると実力をいちばん發揮できると思うんですよ。

浅野 そうですねー。

依田 僕はそう言われた方が、金額以上のものを提供できますよと強く言っておきたいです(笑)。浅野さんは、今までのお仕事のなかで比較的自由にできたものってなんですか?

浅野 「おそ松さん」や星野源さんの「地獄でなぜ悪い」のMVは、自分がやりたいものが比較的入れられたと思いますけど、これからもっと自由に作っていきたいですね。

依田 浅野さんが好きなように作った作品を是非見てみたいですね。あと、「バトライバー」の仕事は絶対続けた方がいいですよ!



©2016!君の名は.製作委員会

2016年8月の劇場公開から大ヒットを飛ばしている新海誠監督作品「君の名は。」。10GAUGEはその予告映像を作成している。上映前の予告(約1分)、特典映像の登場人物数や受賞情報が追加されたバージョンなど、実は数多くの告知映像が制作されていて、映像美にこぎ難くなるものの、キャラクターを分かれやすくするものの、ストーリーを想像させるものなど、一つの作品をさまざまな観点で切り取ることができるのが分かる。告知映像は映画の公式Webでも見ることができます。



© HEADGEAR バンダイビジュアル・カラーレ

吉浦庸裕さんが監督し、スタジオカラーが制作した、日本アニメ(ター)ー見本市「爆動夏祭りバトライバー-REBOOT」で、浅野さんはニーメーションキャラクターデザインと作画監督および、一部原画を担当。もうさきさんさんのキャラクターデザインを生みながら、今は新しいアニメ「マチ子」でアーティストココカルな新しいキャラクターデザインに取り組んだ。3DCGのみ、アナログで描かれた背景との調和を見どころ。バンダイビジュアルよりBlu-ray DVDが発売中。

映画

雑誌

アニメ

良い作品であろうが、良くない作品であろうが、それを作った人は

きちんと評価されるべきだろう。だからこそ多くの作品には

作った人の名前が記載されている。それがスタッフ・クレジットだ。

映画などだったらさまざまな職種のさまざまな名前がエンドロールで流れてくる。

逆に言えば、その作品のとある部分が良いと思ったら、クレジットを

ていねいに追うことでその部分だけをきちんと評価できたりもする。

そう、クレジットは作品をもっと深く知れる情報の宝庫なのだ。

この特集ではそんな「スタッフ・クレジット」というものに関して特集をする。

〔特集〕

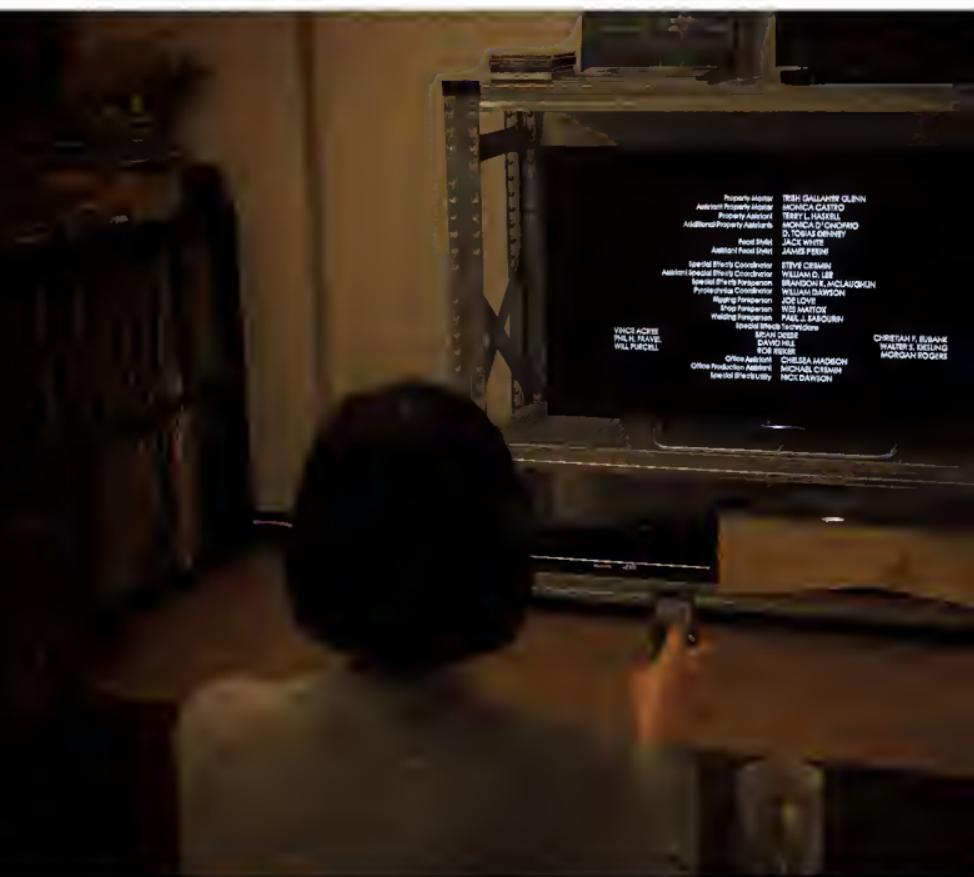
音 樂

作品の

スタッフ・クレジットから

読み解けるもの

舞台



クレジットな風景

日常のふとした瞬間に、スタッフ・クレジットに出会う。

家で、職場で、街で、手にしたスマートフォンで。

大抵の場合、あまり気にせず見飛ばしてしまうかもしれない。

クレジットなんてよほど興味があるものでない限り、わざわざ自分から見にいかない。でも見ようと思ったらいつもそこにある。それがクレジット。

● 撮影：細井 邦、 ● 撮影：各本 夏「studio track 72」

Property Master TISH GALLAGHER GUNN
Assistant Property Master MONICA CASTRO
Property Assistant TERRY L. HASKELLO
Additional Property Assistant JEFFREY J. MCGOWAN
D. TOBIAS DRINNAN
Food Still JACK WHITE
Assistant Food Still JEFFREY J. MCGOWAN
Special Photo's Coordinator STEVE CHAMAN
Assistant Medical Photo's Coordinator WILLIAM D. LEE
Medical Photo's Coordinator MICHAEL J. MC LAUGHLIN
Production Coordinator WILLIAM DAWSON
Production Manager JOE LOVE
Sound Department PAUL J. BARKOURN
Welding Department PAUL J. BARKOURN
Welding Technicians MICHAEL J. MC LAUGHLIN
MEAN GIRLS
DAVID HILL
TOM HILL
CHELSEA HADISON
Hector Chaman
Office Assistant HECTOR CHAMAN
Office Production Manager MICHAEL J. MC LAUGHLIN
Marketing Department WALTER S. BEELING
MORGAN ROGERS

CHRISTIAN F. JEANNE
WALTER S. BEELING
MORGAN ROGERS

京で映画を見る。泣ける映画だったのか、ドキドキハラハラな映画なのか。ともかく本編が終わると、エンドロールが流れ始める。しかしあなたはお手洗いに行きたいのか、リモコンで終了ボタンを押す。最後まで流れなかったエンドロール

view point



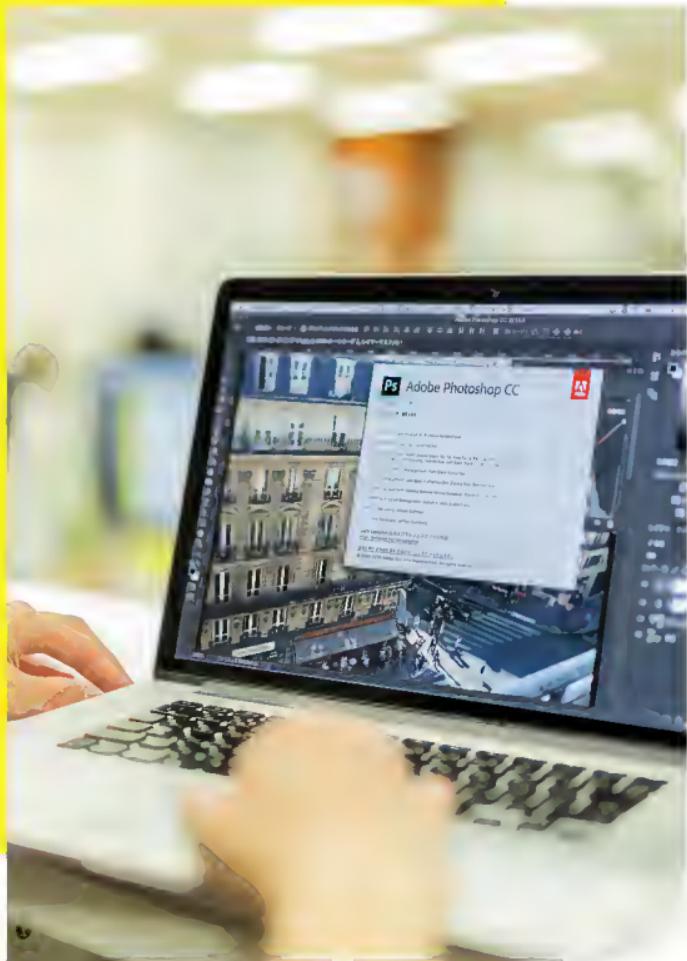
view point

お気に入りのバンドのお気に入りのアルバムがある。いつものようにCDをトレイから取り出す。音楽を聴き終わると、CDをトレイに戻す。トレイの下に眠っているスタッフ・クレジットにあなたが気づくのはいつだろ？

view point



建物に印字された「定道」の文字。もちろんあなたは気にはしたことはない。迷われたら「そういえばあったな」ぐらいなものだろう。その下に刻まれていた人の名前があなたの目に入る瞬間に立ち会いたい



100

仕事で忙しくAdobeのアプリケーションを使いこなすあなた。ふとミスッチャで、人の名前が書かれたパネルが表示される。パネルの消し方がわからない。人の名前は目に入らない

view point

有名な浮世絵師、国芳の作品を見る。でも、この作品が本当に国芳のものか確認しないと落ち悪かない。と、右側に「国芳」の落款を見つけるあなた、ちょっとだけうれしい「江戸名所見立十二ヶ月之内 2」(一勇斎 国芳画) 国会図書館蔵



iPhone

Proposed California Assessment
FCC ID: B 2817A IC: 5424 Fcc ID: 2AB2A

100

自分が老眼になったか心配で、小さな文字を読みふらかった。どこかにないか、極小の文字。iPhoneを取り出し裏側に「Designed by Apple in California」の文字を見つける。読めた。そして知った。アップルがカリフォルニアにあることを

スタッフ・クレジットが 大好き!

アニメ編

もともとハードコアが好きだったという映像ディレクターの篠田利隆さん。
しかし、アニメやアイドルにハマり、今ではそういったカルチャーに
まつわる映像を制作するチーム「アマナ異次元」を率いる。自分に合った
アニメ作品を見つけるには、やはりクレジットをくまなく見るしかないようだ。

●監 篠田利隆 ●脚本 岩本 夏(studio track72)



篠田利隆

映像ディレクター

【しだ・としたか】映像監督。アマナ異次元
刑肩、TrySelf、実燃キャリブレーション、竹
達彰、T.M.R.、私立恵比寿中学、REOL、
バンドじゃないもん!などを手がける。
url: <http://amana-jigen.com/>

制作会社の名前と キャラクターデザインを見て 即録画を決定しました



どの作品を見ても、その変わり方にJ.C.STAFFらしさがあつたまらないんです。

—省略だつたり、誇張だつたり。

そうですそうです。まづの感じとか、線の色のつけ方とか、そういうところに共通点もあって。自分としては、とにかくキャラがもうドストライクというか。

今期でいうと、「スクールガールストライカーズ」とか、「ソシャゲーからアニメになるのってどうなんだろうな?」という話はあります。キャラクターデザインを見て、これはJ.C.STAFFじゃないか?と思って、即録画みたいな(笑)。

—他に、制作会社で好きなところは?

期待してしまうのは、「シャフト」とか「A-1 Pictures」もそうです。「ユーフォーテーブル」なんかがやるってなった時は…僕は4月からの「活劇 刀剣乱舞」は、女性向けのものは普段あまり見ないのでめちゃくちゃ楽しめなんんですけど(笑)。ほかにも「京アニ」や

情報は大切ですか?

もうキャラクターデザインはめちゃくちゃ大切ですね。でも、大好きすぎてキャラデザの落とし穴みたいなものもあって…。僕は萌えアニメが好きなので、絵に重点を置いて見たりするのですが、期待していたたもののお話がつまらなかつたりすると…うわーみたいい(笑)。

—リアリティのある話です(笑)。

逆にキャラクターデザイナーがあまり知らない人が、「誰なんだろ?」これと調べて、最初はあまり好きじやなかつたのに、話が良かつたりすると、意外とハマっちゃつたりとか。

昔はキャラクターデザインが好きだと内容とか関係なく見てたときもあったんです。「キャラクターデザインが好きだから、内容はもはやどうでもいい」「このキャラが動いてればそれでいい」みたいな。でも、最近はちょっと冷静かもしない(笑)。

—キャラクターデザインは自分の好みじゃないけど、見たらこれは面白いなってハマつたのかありますか?

最近だと、「けものフレンズ」がわかりやすすぎますけど(笑)。最初はよくわからなかつたんですけど、まんまとはまって。いまはもう、キャラクターデザインもかわいいとか思えない!

—制作会社というのも、クレジットのチェックでは大切なんですか?

もちろんです。僕は「ある魔術の禁書目録」が大好きで、とりあえずこれを手がけていた制作会社「J.C.STAFF」が関わっているものは絶対に見ますね。

結局、そのアニメーション制作会社の人たちが発注してた原案さんや、作画監督の方だと思うのですが、J.C.STAFFの作品は原案のキャラクターが、動かすためのキャラクターデザインになつた時に本当に生まれ変わるな、と。

キャラクターデザインの話と穴

—篠田さんにとって、キャラクターデザインの



「夏アニメ」まとめサイトで スタッフ・クレジットを くまなく追っていく

朝まで語れる 参加スタッフを切り口に アニメーション作品は

「TRIGGER」さんももちろん大好きですし。
——なにかもう取材なのに、アニメ好きの友達の話を聞いているようです！

(笑)。結局、アニメを語るのって当たり前ですけどストーリーだけじゃなくて。スタッフや制作会社視点だともうずっと朝まで話していられるという。

——でも、アニメ好きの人は本当にリテラシーが高いですね。

僕はオタクの中では浅い方だとは思いますが……もともとはロックオタクだったんですね。ブルガルとか北欧のポリティカルハードコアのパンチマニアでした。

アートワークがガリガリの白黒で崩れたような感じで。メタルとかは骸骨とかだけど、ポリティカルハードコアのアートワークは犬とかなんですよ。ぬううなんだけど、犬が遠くを見てるみたいなビジュアルだったりとかして。そういうところが好きでした。

——そこらへんを追いかけたりすると、アニメ

を追いかけるのは、自分の中では同じだったりするんですか？

同じですね(笑)。僕は今年で40になるんですけど、当時、ハードコアのテープを集めると、いま同人誌を手に入れたりするのは近いかもしれない。

「撮影」って何を撮影してるのか

——クレジットに話を戻しますが、意外だったクレジットとかありますか？

アニメ作品での「撮影」というクレジットは、最初は本当によくわからませんでした。わかったのは数年前、それも仕事で理解したという感じで……。私立恵比寿中学『廻』のミュージックビデオを監督したのですが、そこに2Dアニメ

ーションを入れ込んで、初めて「撮影」という作業を間近で見ました。要は、昔はセル画を重ねて光のトーンとかを入れながら撮影していたのと同じことを、After Effectsでのコンポジット作業のときに行うので、そういう風に「撮影」って言うんだな、と。

——CMの世界と同じ名前だけど、微妙に異なる役割のものって他にありますか？

一番は「演出」ですね。

——アニメの演出は、実写の世界での「演出」とはまた違う感じがしますね。

アニメの演出は、自分にとってすごく特殊な仕事だなと思っていまして。そもそも監督がすべての絵コンテを描かない、描く時間がないからそもそも役職が生まれたと思うんですよ。

テレビシリーズで毎週30分の番組を、全部監督が絵コンテを描いたら放送され始めるのが2年ごとになっちゃいますよね。基本的にはア

ニメの世界では、コンテを専門に描く人がいて、それを演出さんが見て、監督の意向にあってるかどうかチェックをする。そのコンテからアングルとかを読み取って、作画監督に発注したりする。要は中継ぎとして演出さんがいるんです。

——いまはアニメの「演出」について伺いましたが、篠田さんがふだん活躍している実写の世界の「演出」とは大いに違うんですね。

そうなんですよ。実写だと演出っていうと企画演出とかCMのプロダクションの監督がいるところが企画演出と言われています。昔は「僕、演出家です」というような言い方をしていたのですが、最近、アニメ系の仕事も多くなってきたから、演出家って自分のことを言わなくなりましたよ。

——なんというんですか？

監督って言うようにしています。アニメ業界の人には「演出です」と言っちゃうと、その文脈での「演出」の人なんだなと思っちゃうと思って。

——その他に、クレジットを見てよくわからない役割とかありましたか？

僕は実写の監督なんで、一番面白いと思ったのは、「色彩設定」というフローがあるんですね。キャラクターの色を「日中の光のときのパターン」「夕暮れの光のときのパターン」という風に、環境によるいくつかのパターンを先に決めてしまう。それにびっくりして、実写だと最後に色味を調整するので、本当に衝撃的でした。

オープニングの新しい潮流

——アニメのオープニングとかエンディングとかも注目したりします？

はい、アニメのオープニングで好きなのは、

わかっていそうで
よくわかっていないかった
「撮影」というクレジット

『ヴィザード・パリスターズ～弁護士セシル』。

手がけたのは監督でもある梅津泰臣さん。この方は、すごいオープニングばかり手がけているんですよ。なんかいいなと思うと、梅津さん。僕の印象だと梅津さんは監督というイメージが強かったんですけど、原作、脚本、演出からキャラクターデザインまで手がけられるみたいですね。

—梅津さんではかに好きなオープニングはなんですか？

『SHIROBAKO』ですか『幸福グラフィティ』などなど。なぜここまで興味があるのか。

それは、僕は実写でアイドルのミュージックビデオを撮ったりするのですが、構成をアニメのオープニングっぽく考えて。だいたい1番のサビくらいがアニメのオープニングくらいの民間なんですけど、その構成で考えることが多くて。なので、梅津さんが手がけるオープニングは、本当に参考にさせてもらっています。

—影響を受けてると。

モーショングラフィックス界のクリエイターたちがEDに参加。当然クレジットに注目

自分はアニメではなく実写だから大丈夫って言い聞かせながら(笑)

あとは、おそ松さんのオープニングを作画監督やキャラクターデザインも行っている浅野直之さんがやられてて。浅野さんは、ミュージックビデオの仕事では、自分の色も強く出されていて。おそ松さんのオープニングもちょっととシェー

ルで、デザイン的にも洒落ていましたよね。

洒落ているということで言えば、アニメのオープニングやエンディングは、モーショングラフィックス界の人が入ってたりしてますよね。アニメ業界じゃないスタッフが仕事し始めたいる。そういう部分も、クレジットからチェックする絶対に楽しいと思います！



スタッフ・クレジットが 大好き!

音楽編

音楽ディレクターとして、スピッツなど数多くのバンドやミュージシャンを手がけてきた竹内修さん。コアな音楽ファンとしても知られる存在だ。

そんな竹内さんは音楽作品のスタッフ・クレジットをどのように眺めているのか。まずは竹内さんのクレジット道の人り口から話を伺った。

●文 福集也 ●写 小糸亜沙子

竹内修

音楽ディレクター

profile

【たけうち・おさむ】音楽ディレクター、プロデューサー。レコード・メーカー勤務を経て、2009年独立。1991年のDJマー・デビューから現在まで、ディレクターとしてスピッツに携わる。その他これまで担当した主なアーティストは、平沢進、グルーヴァーズ、氷室京介、BLANKEY JET CITY、レーベル "Teenage Symphony" (ゲントウキ、bonobosなど)、東京カラソロン、さかい歩うなど。1983年新潟県生まれ。



——レコードとかを買い始めた頃、スタッフ・クレジットを見た覚えってありますか?

小学生とかの頃は、レコードを買ってもクレジットは見なかったですね。ほほ歌詞しか見てなくて、クレジットを見るようになったのは高校に入ってからだと思います。

——そのきっかけは?

大滝詠一さんの『ロング・バケイション』を買ってからです。このアルバムが出たのが1981年なので、自分が高校2年生のとき、ここで明らかに音楽への接し方が変わりましたね。「この音楽、僕は大好きだ」と思ったのですが、同時にそれらの曲は「いったい何がどうなってるんだろう」と言えるものでした。それを解明したいと大滝さんのラジオを聴き始めたんです。

——「ゴー・ゴー・ナイアガラ」ですね。

そうです。ラジオ開幕時代ではなく、1981年後

クレジットを見る

大きなきっかけとなつた
大滝詠一『ロング・バケイション』

半からTBSラジオで復活したもの、この番組で大瀧さんはさまざまな音楽をかけながら「この曲のプロデューサーは誰で、作詞作曲は誰で、何年だからうで、どこそのスタジオでレコーディングしてて、そのエンジニアがいいんだよ」というようなことを言っています。ちょっと待て、と(笑)。そういうものの見方があるのかと思つて、そこから買ったレコードのクレジットを見るようになります。

70年代のクレジット表記革命?

—レコードって昔からクレジットは記載されていたのでしょうか?

ロックやボブスなど、60年代にはプロデューサー、アレンジャー、コンダクターなどが載っていたことは多いと思います。レコーディング、エンジニアは入っていたりないなかったり。当時、エンジニアはレコード会社の社員かスタジオ所属の人です。そういう技術たちのクレジットは、特に日本ではたいてい記載されていなかつたはず。あとミュージシャンのクレジットもない。

ミュージシャンも当時は黒子なんですよ。

—でも70年代になると、ミュージシャンのクレジットはしっかりと入るようになりますよね。それはなぜ?

バンドの時代が終わって、シンガーソングライターの時代になったというのは大きいのではないでしょうか?

—それはどういうことですか?

シンガーソングライターの場合、この人が作った楽曲をどのようなメンバーで演奏したら売れるか、ということを考えるわけですね。そういう部分が大切になるに連れて、表に出すようになってきたのかな、と。だから、リスナーもそういう風にクレジットを見るようになりましたよね。

キャロル・キング、ジェイムス・ディマーのバック、その後も、AORやフェージョンのスタジオミュージシャンなど。具体的に言えば、ステイリー、ダン周辺のクレジットを見て、「あの人が参加してたんだ!」みたいな。

—竹内さんもそういった部分に興味を持つようになった?

いや、僕はそういったものは実はあまり興味がなくて、それよりも詞と曲、そのアレンジとトータルのプロデュースみたいなところに行くんですよ。誰が弾いてるとかいうのを知って、「おお~」みたいに思つたりはそこまではしないんです(笑)。

シンガーソングライターの スタッフ・クレジットは バラエティ豊か

作曲者のクレジットに注目

—そういう部分で、クレジットを見て楽しいアルバムを教えてください。

アデルの『25』。一曲ずつそれぞれ、作曲、サウンドプロデュース、ミュージシャンなどが記載されています。バンドだと基本、どの楽曲も参加している人が同じなので、このように楽曲ごとにクレジットが記載されませんよね。

—クレジットを見てまず気付くことは?

今どきのイギリスで活動しているシンガーの曲って「co-write」、つまり共作しているものが多い。このアルバムも同様ですね。ワン・ダイレクションなどもそうなんです。マスを目指すものって、一人で書いている曲ってほとんどなくて、イギリス、アメリカ、スウェーデンなど国を超えて合作しているものもふつう。絶対にシンクさせるため、そうやってクオリティを上げていく。なので、作曲者名のクレジットは見るとよいのかな、と。

—(クレジットを読みながら)このアルバムの作曲者とかは、意外と知られている人たちなのでしょうか?

アデルと曲を共作し、プロデュースをしているグレッグ・カースティンは、ザ・バード・アンド・ザ・ビーという男女2人ユニットの片方で…。
—え! ? ザ・バード・アンド・ザ・ビーの人がなんですか? まだ活動してたんですね。

いやいや、いまはグラミー賞も取っている世界的なプロデューサーですよ。最近はユニットの方はそこまで活躍ではないですが、彼はプロデューサーとして超売れっ子です。

—そ、そなんですか……(と、完全に質問者の不勉強さが露呈)。

その他にもトバイアス・ジェッソ、Jeというカナ

ダの匂いのシンガーソングライターや、ライアン・テダーというアメリカの……(と、しばらく作曲やサウンドプロデュースのクレジットを見ながらお話を伺います)。

—なるほど、…作曲者のクレジットを読み解くだけでは世界が広がります。

それだけでなく、曲によってエンジニアや参加ミュージシャンも異なる。ソロシンガーだと、アルバムの中でいろんな色を出していけるし、自由度が高いいな、と改めて感じます。こういうアルバムは聴いてて「この曲は他の曲とニュアンスが違うな!」と思つたりしたとき、クレジットを見ると納得することが多々あると思いますよ。

—レコーディングエンジニア、ミキシングエンジニアも楽曲ごとに記載されていますね。エンジニアは大切なのでしょうか?

超大切ですね。アデルのこのアルバムは、トム・エムルハーストがミキシングを主にやってると思いますが…。(クレジットを眺めて)やっぱりそうですね。

—ここら辺のエンジニアリングは何をやっているのか、音楽に詳しい方でも分かるように解説をお願いできますでしょうか。

マルチトラックレコーディングの話をすればわかりやすいのかな。えっと…昔は演奏者がみんな集まって、ゼーので演奏してそれを録っていたんですね。その後、マルチトラックという複数のトラックがあるケーブルでのレコーディングが行われるようになつたんです。単純して説明すると、ドラム、ベース、ギター、ボーカルなどを別々のトラックで録ることが可能になつた。

そうすると、ゼーので録音しなくても別々で各パートの演奏を録ることが出来るようになつたんですね。もうひとつ変化として、録音した後に、それぞれのパートをどれぐらいの音量バランスで、どういう音質に加工してミックスするかも自

70年代以降 エンジニアの重要性が 増していく時代に

在になりました。

—当たり前のようでいて、その変化は録音史において大きそうですね。

そうですね。で、マルチトラックレコーディングでなかった時代は、先程もお話ししたようにエンジニアが軽んじられがちでした。でも時代を経るに従って、チャンネル数も8、16、32と増えていき、いまみたいなハードディスクレコーディングの時代だとチャンネル数はほぼ無限。だから70年代以降、エンジニアリングの重要性が増していったんです。レコーディングエンジニアが音をどう録り、ミキシングエンジニアがどう処理するかが要になっているんです。

クレジットで分かれる賞讃を作り

—今日は注目のシンガーソングライターであり、ギーボーディストでもある、さかいゆうさんのアルバム「4YU」もお持ちいただいてます。

これは、自分がディレクションで関わったアルバムなんです。

—(スリーブ内のクレジットを見ながら)え!さかいさんってベースも彈くんですか?

すごいまあいんですよ(笑)。

—クレジットを見てると、本当に発見がある……。とそんなところも気になります。基本、楽曲によって参加ミュージシャンがバラバラなんですね。

そうなんです。曲ごとに「これは誰のアレンジでやろうか」「どういうミュージシャンにお願いしようか」といったことを、さかいくんとやりとりしながら作っていました。結果、さまざまサウンドプロデューサーやミュージシャンが参加して。スリーブ内の各楽曲の歌詞のところに書かれたクレジットを見れば、いまどきの賞讃な作りになっているのがわかると思います。

—ドラムであらきゆうこさんや玉田豊夢さん、

ベースに根岸孝志さんや種子田健さんなどそうそうたるミュージシャンが参加されています。

若手では関西在住のトラックメイカー、Avec Avec(アベックアベック)もサウンドプロデュースを担当しています。後の場合は完璧に打ち込みなので、そこにさかいくんのアイデアで生の演奏を加えたりしてますね。

音楽を聴いていて「この曲が好きだ!でもなんでもかな?」というヒントはクレジットにあると思うのでぜひ見ていただきたいな、と。その理由がプロデューサーなのか、もしくはギタリストか自分の好みだったからなのか、などが見えてくる。自分はやっぱり打ち込みが好きなんだ、みたいな発見もあるかもしれません。好きな曲があつたとき、その理由は詞やメロディだけではなく、いろんなところにあつたりするんですよね。

—しかし、こういったバラエティ豊かな参加者に支えられたアルバムをハンドリングするのは大変そうですね。

そうですね(笑)。まず、スケジュールをハンドリングするのが大変。さらに予算をコントロールするのも大変です。とはいえ、ソロのシンガーをディレクションするときは基本的に一人のサウンドプロデューサーと一緒にやるというのは避けるようになっています。作る曲がバラエティーに

富んでいるシンガーだと、曲ごとに合ったことをやらない意味がない。

ただしそういう場合、定点を1個決めるんですよ。そうでないところがバラバラで散漫な印象になってしまうので。このアルバムでは、ミキシングエンジニアは全曲同じ人にしています。

—(クレジットを見ながら)本當だ。『佐藤宏明(molmol)』といつ方もですね。

そうでなかったら、例えばレコーディングスタジオと同じところにするとか。そういうことができなかった場合は、もうマスタリングエンジニアの方に任せるとか(笑)。

デコボコを恐れずマスタリング作業

—いま話に出たマスタリングエンジニアですが、それはレコーディングやミキシングの先の何なのでしょうか?

そうですね。ミキシングエンジニアによってまとめられた曲データをCDに落とし込む最終工程を担うエンジニアです。

分かりやすく言うと、アドルみたいに複数のエンジニア、プロデューサーが関わっている1曲を1枚のアルバムにまとめるようすると、音の質感やバランスなどがけっこう違うんですね。そのままだと、アルバムを通して聞けないくらいデコボコ。これをイコライザーやコンプといった機材を使って心地よい聴感に最終的に整えるのがマスタリングエンジニアなんですよ。

—マスタリングという工程はものすごく重要視されますが、今の話だけ聞くと音量バランスを整えるぐらいの感じですね。

いや、ものすごく重要なんですよ。こういう方が正しいのかわかりませんが、ミキシングの作業までは「音楽」の範囲なんです。ここまででは豊かで広い範囲で録られた音のデータが残され

好きな曲があったとき
その理由は
メロディや詞だけではない

ている。それをCDという容積の狭いメディアに落とし込まないといけない。でも、聴感上は広い音場で鳴っているように仕上げる。それが「マスタリング」という作業で、これは「音響」の範疇という感じが個人的にはします。ここに力を入れているかどうかは、聴けば一発でわかります。

——マスタリングエンジニアで有名な人はどういう方がいらっしゃるんですか？

例えばトム・コイン。ニューヨークにスターリング、サウンドという有名なマスタリングスタジオがあって、日本のミュージシャンもお頼むことが多いです。

——ちなみにさかいゆうさんの『4YU』のマスタリングは（クレジットを見る）「バーニー・グラントマンマスタリング」というスタジオの山崎翼さんが手がけてます。

ロスアンゼルスに本社がある、バーニー・グラントマンという人が始めたマスタリングスタジオなんですが、そこで修行していた前田康二さんという人が日本法人を任せられています。アメリカンスタイルを取り入れたスタジオというか。前田さんによって、日本のマスタリングの水準が随分変わったんじゃないかなと思います。

前田さんが日本で活動し始めたのは、エボク・クメイキングなことでしたね。90年代に入って音圧競争が始まるわけです。そこで前田さんが最先端な存在でした。例えば椎名林檎さんの初期のヒットは、プロデューサーの亀田誠治さん、レコーディング＆ミキシングエンジニアの井上うにさん、そしてマスタリングエンジニアの前田さんが支えていたと言えると思うんです。コンプがかかったものすごい音圧。あれは衝撃的

だった、時代を象徴していた音です。

さまざまな盤のクレジットを見てみる

——クレジットを見ているだけで、いろんなものが浮かび上がりますね。

そうですよね。ただ、浮かび上がらせるにはいろんな盤のクレジットを見ないとわからないので、自分が持つてるのはひっくり返してまで見てみるのをお勧めします。そこで意外な共通項を見ると、「おお、これか～？」みたいな（笑）。

とはいっても、昨今は打ち込みが多くて、クレジットがあまりおもしろくななくててる。スタジオを使わないので音楽を作れるようになってきたのがその理由でしょう。昔はスタジオによってエンジニアも変わって、ミュージシャンも違う。それをクレジットで見てなるほど咲わたり（笑）。あとは年代によってそのアーティストがどう変動してきたかというのも、クレジットを追っていくことによってわかるし。ぜひそういう角度でクレジットを見てみていただきたいですね。

さまざまな盤をひっくり返し
クレジットを眺めると
いろんなものが見えてくる



cinema

映画の

スタッフ・クレジットから 読み解けるもの



参考スタッフ・クレジット マッドマックス 怒りのデス・ロード

映像作品の中でも、特に映画はスタッフクレジットが多く、エンディングでは出演者の他、スタッフのクレジットが数分に渡ってエンドロールで流れるのはおなじみの光景。その膨大な人数からは改めて映画の規模の大きさを感じさせられるだろう。そんな映画のスタッフクレジットには、世間に広く知られた職業から、耳なじみがなくても作品に大きく左右する重要な役割まで多様だ。また、そんなスタッフクレジットを経解いていけば、作品をより深く理解し、映画製作の流れも把握することができるだろう。

●文 稲葉祐



「マッドマックス 怒りのデス・ロード」

近未来の砂漠。女将フューリオサは、資源と水を独占して庶民を支配するイモータン・ジョーの元から彼の「貴たち」を連れて脱走をする。一方、マックスはフューリオサの戦いを手伝う中で自らの人間性を回復していく

制作年:2015(米)
監督+脚本+製作:ジョージ・ミラー
主演:トム・ハーディ
ワーナー・ブラザース ホームエンターテイメント
BD:2,571円、DVD:1,549円



staff credit

『マッドマックス 怒りのデス・ロード』のスタッフ・クレジット

監督・脚本・脚作
ジョージ・ミラー

脚本
ブレンダン・マッカーシー
ニコ・ラソウリス

脚作
ダグ・ミッセル
P・J・ボーテン

第1助監督
P・J・ボーテン

製作部監督
イAIN・スミス
クリス・デフリア
コートニー・バレティ
グレアム・パーク
ブルース・バーマン
スティーブン・ムニューチン

撮影
ジョン・シール

監査
コリン・ギブソン

音響
マーガレット・シクセル

音楽
トム・ホルケンボルフ

衣装
ジェニー・ビーバン

ヘアメイク
レスリー・バンダーワルト

第2助理監督・スタント・コーディネーター担当
ガイ・ノリス

視覚効果監督
アンドリュー・ジャクソン

車輌デザイナー
PETER POUND
コンセプトデザイン
BRENDAN McCARTHY

音響コンテ
MARK SEXTON

カラーコレクション
ERIC WHIPP

会計
ALISTAIR JENKINS

監査
CHRIS JENKINS
GREGG RUDLOFF

キャスティング
RONNA KRESS
NIKKI BARRETT

ステール
JASIN BOLAND

捷斗
GREG VAN BORSSUM

スタント車輌
MARK McKINLEY

美術監督
RICHARD HOBBS

美術(現場)
GEORGE ZAMMIT

特殊メイク
DAMAN MARTIN
ダミー人形(特殊メイク)
CLINTON AIDEN SMITH

武器
LANCE PETERS

武器
MARK GUFFOGG

セット建造(アフリカ)
BRENDAN SMITHERS

特殊
ADAM KUIPER

ロケーションマネージャー
SIMON CROOK

トランスポートマネージャー
HENRY DRAY

プロダクションコーディネーター
RACHAEL GILL

脚作
ビレッジ・ロードショー・ピクチャーズ
ラットパック=デューン・エンターテインメント

配給
ワーナー・ブラザーズ

高橋ヨシキに聞く

映画のスタッフ・クレジットの見方

参考スタッフ・クレジット マッドマックス 怒りのデス・ロード



映画の主要なスタッフクレジットは、基本的に映画公開前のリリース情報に掲載されており、その他の詳細は映画本編のエンドロールで確認することができる。映画通であればこのクレジットからさまざまな情報を読み解いていはるはすだが、映画通ならずともいくつかポイントを押さえそれぞれの種類を理解することで、

一段と映画を楽しむことができるはずだ。ここでは、2015年に圧倒的な存在感と完成度を放った映画『マッドマックス 怒りのデス・ロード』(以下、「マッド~」)を参考事例として、映画への造詣が深いアートディレクターの高橋ヨシキ氏に、主要な映画のクレジットを解説して頂いた。

話を聞いた人

【たかはし・よしき】1960年生。デザイナー、ライター。サクニスト。著書『映画評論「靴革映画入門」/原魔が醸す歌』『塔底映画評論』続・原魔が醸す歌』(洋泉社)、米造他編『異界ドキュメント』(白雲の魔)『門』(白雲の囚)『向、白雲の生業』(竹書房文庫)編著に『ショック! 切札映画の世界』(洋泉社)など。

staff credit

監督

staff credit

製作

映画における監督とは「その映画の完成のヴィジョンがみえている人」だといえます。そのため、監督の業務において非常に多いのは、各部門の質問にそれぞれ答える、その都度決断をしていくということ。それが監督の主な仕事の一つです。つまり映画作りの基本というのは、何をどう作って、どのように撮って、監督の頭の中にある完成形に近づけていくかという作業になります。また、撮影時は画コンテや脚本通りに実現できないこともありますので、その時にどのように修正するかを判断するのも監督の仕事ですね。もちろんスタッフとの連携も重要な役割です。もちろん監督が制作中の改造車両を見て、その出来栄えを褒めつつも「もう少しこうしようか」と指示を出している。あくまでも監督のヴィジョンに合わせて修正していく様子が分かります。英語表記は「DIRECTOR」。

staff credit

脚本

staff credit

助監督

脚本は映画作りのキモ。どういう映画を作るのかという設計図にあたるものなので、基本的に脚本がなければ映画制作は成立しません。そして、脚本のストーリー 자체はもちろん大事ですが、各制作部門は脚本に書いてあることに沿って、それを実現するために作業をするので、制作スタッフにとっては大事な指針となります。脚本家のタイプは千差万別。脚本ができた時点ではお任せという人もいれば、映像を細かくチェックする脚本家も。また、脚本は一度できたら完成というわけではなく、撮影都合などによって途中で変更することもあります。特殊なケースだと、そもそも脚本がなく、現場で即興的に作っていくという場合もあります。『マッド~』も特殊な例で、アクションシーンや車両デザインなどの画コンテが脚本より先行して出来ている部分もあるので、それを後から脚本に反映したりしていますね。英語表記は「WRITTEN」。

製作とはいわゆるプロデューサーのことです。プロデューサーは役割やタイプも千差万別ですが、最も基本的な役割としては、資金を集めさせて映画を製作する人のことを差し、どういうスケジュール管理によって、何に対してどのくらい予算を使うのかという配分などを行います。場合によっては俳優や制作スタッフを集めることもあります。またスタッフ間や、スタッフと役者の間を取り持つたりもするので、映画製作の調整役ともいえますね。英語表記は「PRODUCER」。ちなみに撮影現場を仕切って調整するスタッフのことは、ライン・プロデューサーといいます。

助監督は非常に重要な役目を担っていて、助監督がいなければ映画を作ることはできないといつてもいいほど。その役割は、撮影現場において監督のヴィジョンをどうしたら実現できるのかを、具体的なレベルで検討して実行していくというもの。例えば、ロケ地までの移動手段や移動時間割り出し、実際に何時間そこで撮影が可能なのかといった調整や、音聲表に沿ってどの役者が何日の何時から何時まで撮影が可能なので、そこに間に合うようにどの順序で撮影し、いつまでに他の工程を攝り終わらなければならぬのか、といった撮影スケジュールの組み立て。他にも機材を使用する場合は、その機材を実際にどのように運搬するのかといった調整など、その業務は多事に渡ります。だから助監督がいないと現場はまわらないんです。監督は現場のスタッフ全員を把握していないと思いませんが、助監督はほとんどのスタッフを知っているのではないかでしょう。

助監督は監督になる前の職業という意味合いではなく、それ自体で確立されている職業です。これはアメリカには俳優、監督、脚本、撮影など各分野ごとに労働組合があることも影響しています。組合は労働時間や最低賃金など厳密な規定を設けて、組合員の権利を確保しているので、その職業毎に独立しやすく、フリーランスのスタッフも多数存在しています。英語表記は「ASSISTANT DIRECTOR」。

staff credit

第二班 監督

映画では監督が現場にいる撮影班とは別に、第二班や第三班を設けることがあります。これは、例えば映画の規模が大きい場合や、空撮や水中、一部海外での撮影が必要な場合など、特殊な撮影が必要になったときに、監督とその撮影班がすべての現場に向かうのは物理的に不可能なので、別の撮影班を設けて撮影するという。その他、ドラマシーンとアクションシーンを分けて、どちらかを第二班で撮ることもありますね。つまり、第二班の現場で監督の役割を担うのが、巨編監督となるので、そこには第二班の助監督もいます。英語表記は「SECOND UNIT DIRECTOR」。

staff credit

製作総指揮

製作総指揮は作品によってもいろいろと役割や仕事の内容が変わってくるので、一概にはいえないのですが、映画の製作資金を収める際に、その人物のクレジットがあると信用を得られるといったように、巨編の資金を動かせる人物が製作総指揮に名を連ねていることが多いですね。または巨額の資金を出してもらえるだけの信用がある人物ともいえます。出版社でいうところの発行人のようなポジション。資金を含めて映画の製作を仕切る立場です。「マッド～」も製作総指揮は連名になっています。英語表記は「EXECUTIVE PRODUCER」。

staff credit

撮影

撮影とは、カメラで撮影を行う役割、カメラマンを指します。カメラマンは当然撮影の技術や知識が豊富なので、監督の意向を汲み取ってどういう画面を撮って、どれくらいのピントでどれくらいの画に収まっているれば良いのかを考えて撮影をするクリエイティブな仕事でもあるので、これも映画の制作においては重要な役割を担っています。撮影と照明のクルーが分かれているかどうかは現場によってさまざま。英語表記は「CAMERA OPERATOR」。撮影監督は英語では「DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY」、略称でDOPとよくいわれますが、これは例えば「マッド～」などのハリウッド大作になると、1シーンにつき相当数のカメラを使って撮影するので、その撮影を取りまとめたり、映画の画作りに責任をもつ人物のことを指します。

staff credit

スチール

映画撮影を行うカメラマンや撮影クルーとは別に、スチールと呼ばれる映画が出来た後の宣伝用の写真を撮るカメラマンも現場にはいて、スチールフォトグラファー／スチールカメラマンといいます。撮影の合間に、スチールフォトグラファーがざっと写真を撮っているなどはよくありますね。撮影現場で役者を撮った写真はスチールフォトグラファーによるものです。現在はデジタルでの撮影が全盛ですので、デジタルシネマのコマを抜き出し拡大して宣伝用に使うことも増えています。ただ、当然スチール写真

の方が優っていることも多々あって、スチールをないがしろにしていると、プロモーションの際、良いビジュアル素材がないという事態に陥ってしまうため、映画のプロモーションにおいて大きな役割を担います。英語表記は「STILLS PHOTOGRAPHER」。

staff credit

美術

美術の仕事も多岐にわたるのですが、「映像に映るものの色や形を決める」のが美術の仕事といってよいでしょう。セットデザインはもちろん、大道具や時には小道具まで統括する場合もあります。また、例えば年代ものの映画の場合、その年代と整合性がある環境を作るのも美術の大変な仕事ですし、もちろんロケーションの選定にも関わりますが、その場所をさらにデコレーションして作品のイメージに近づけるといったことも行います。当然、衣装やヘアメイク、特殊撮影とのやりとりもそこには含まれます。英語表記は「PRODUCTION DESIGNER」。

staff credit

編集

編集は、撮影した映像を切って繋ぐ作業を行う部門です。映画というのはモンタージュですから、撮影した素材のどこを切ってどう繋げるかによってシーンの意味合いは全く異なってきますし、編集によって映画のテンポや見え方、流れはまるで変わってきます。編集で一番大事なのは、このテンポを決めるという作業ではないでしょうか。だから、同じ匂を嗅っても編集次第で良くも悪くもなります。編集作業は監督が行うこともありますが、編集のプロに任せた方が良い面もあります。現場にいる人間だと撮影の苦労を体験しているので、そうしたシーンをなかなか切ることができない。でも、基本的に編集は現場には来ないので、撮影されたシーンの良し悪しだけで編集に判断してどんどん編集作業を行なうため、作品的にはその方が熱力的になることというは、よくあるんです。英語表記は「EDITOR」。

staff credit

カラーコレクション／カラーリスト

撮影した映像の色調を調整して、映像のルック（見栄え）を決めるのがカラーコレクション／カラーリストです。Photoshopの色調補正を映像において行なっているようなイメージですね。大抵は編集後の映像に対して行なわれます。例えば、別日に撮った映像を繋がっているように色調補正したり、画面の色味で登場人物の感情を表現するなど、カラーコレクションもなくてはならない仕事です。また、現在の映画作りではカラーコレクションの技術がものすごく上がっているという傾向もあります。ただし、撮影後にいくらでも映像の雰囲気を変えることができるようになったことはあっても、やはり元の画の豊かさ・完成度の高さというのがなにより重要であることに変わりはありません。

ちなみに昔はカラーコレクションは「タイミング」といって、フィルムで撮影していた時代は現像する際に、露光時間と調節することで色味を調整していたのでそう呼ばれていました。英語表記は「COLOR CORRECTION」、「COLOURIST」。

staff credit

音楽

映画に音楽をつける仕事ですが、音楽は人の感情を動かす要素として大きな割合を占めるので、映画の演出では大事な要素です。制作手順は作品によりけりですが、音楽を制作する場合によくあるパターンは、テンブ・ミュージックという仮の音を映像に付けておいて、音楽監督は後からそれを元に作り直すといった流れ。また、映像がすべて出来た後に映像を渡して、それに合うように音楽を制作してもらうというパターンも。その他、既存の音楽をそのまま採用することもあります。英語表記は「MUSIC COMPOSER」。なお映画で流れる効果音は、フォーリーという効果音製作の専門の役割がいますので、ここで音楽とは別です。

staff credit

衣装

衣装は役者が撮影で着るものを制作したり探して決めていくという役割です。その映画の時代設定に合う衣類を選ぶといった作品との整合性を求めるのはもちろんですが、主人公をはじめとした登場人物の感情を表現する役割なども。他にもキャラクターの特徴や性格、そして衣装一つでどういう社会的地位なのかといった情報まで示しています。だから、作品を通じて主人公の衣装の変化を見ていくと面白くて、そこには感情の流れが隠されているということがよくあります。英語表記は「COSTUME DESIGNER」。なお、「マッド~」の場合は、印象的なマスクや甲冑などが登場しますが、これらは衣装とはまた別の部門の職人が手がけています。

staff credit

ヘアメイク

衣装と同様に、役者の見栄えを作ることでそのキャラクターがどういう人となりなのかを表現する仕事です。ヘアメイクは化粧や髪型を主に担当しています。髪型やまゆげの、白髪を隠す人物かそうでないかといったようにキャラクターの個性を表したり、顔色で体調の違いを表現したりしています。英語表記は「HAIR AND MAKEUP DESIGNER」。なお、「マッド~」では、皮膚に傷をつけて模様を残すカリフィケーションが刻印されたキャラクターが登場しますが、これはヘアメイクが手がけているわけではなく、特殊メイクというまた別の担当の仕事となります。

staff credit

特殊効果

一般的な撮影では撮れない画を作るのが特殊効果の仕事となります。SFX(SPECIAL EFFECTS)のこと。これは例えばミニチュアや特殊メイク、爆発、爆弾で血が吹き出すシーンなど、現場での特殊な撮影による効果を差しています。英語表記は「SPECIAL EFFECTS」。

staff credit

視覚効果

SFX同様、通常の撮影では撮ることができない画を作成する表現手法のうち、現場での特殊な撮影による効果を抜きにして、実際に撮影された映像とPCなどのデジタル処理を合成することをVFX(VISUAL EFFECTS)、視覚効果といいます。また、よく耳にするCGIというのはコンピューターによって生成された画像のことなので、CGIの映像と現場で撮った映像を合成する加工はVFXとなります。ただし、現在はそれぞれの技術が混ざった特殊な表現がかなり増えていますので、厳密には区別し難くなっています。「マッド~」でも視覚効果は多様されていますね。砂嵐であったり、車の処理だったり、砂漠の景色なども相当加工されています。英語表記は「VISUAL EFFECTS」。

staff credit

コンセプト・アート

脚本から絵コンテにする前に、まずは映画の世界観を表現した一枚絵、プロダクション・スケッチをいくつかシーンごとに描いていくのですが、これを描くのがコンセプト・アーティストです。プロダクション・スケッチは映画のイメージを共有する指針となるイラストなので、絵コンテなどのベースにもなります。なお、「マッド~」の場合は車のデザインなども非常に重要な役割を占めるので特殊な進行となっていて、脚本とプロダクション・スケッチ、絵コンテの作業が平行して行われ、それぞれ影響しながら制作が進められました。英語表記は「CONCEPT ART」。

staff credit

ポスト・プロダクション・スーパーバイザー

撮影が終わったあとに映画が公開されるまでを統括するのが、ポスト・プロダクション・スーパーバイザーです。例えば、編集や録音、追加撮影が必要になればその調整、カラー・コレクション、特殊効果などの段取り、そして試写の会場確保や、法律関係をクリアにしたり。さらに映画館にどうやって配給するのかといったことなどを扱う役割となります。英語表記は「POST PRODUCTION SUPERVISOR」。

staff credit

製作／配給

映画が完成するところまで取り持つ会社を製作会社といいます。配給会社は、完成した映画を公開する会社のことをいいます。公開するというものは、映画館での公開はもちろん、販売会社が別に入ることもありますが、基本はDVDやBlu-rayの販売、海外での販売なども配給会社の仕事となります。映画の場合は製品を作るところまでと、それをどう発表していくかというのが別なので、このように分かれているということです。もちろんどちらも行う会社もあります。インディペンデント映画などは、作品を作ってしまってから配給会社を探すということもよく行われています。英語表記は、「FILM PRODUCTION」、「FILM DISTRIBUTION」。

Maybelline



magazine

九雜誌の

スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

参考スタッフ・クレジット **Maybe!**

普段、愛読していたり、よく目にしている雑誌のクレジットを見て、『福集』『デザイン』くらいはなんとなく想像がついても、それ以外のスタッフは、実際のところよく把握をしていないという人は少なくないはず。今回はユニークな視点で、リアルなテーマに切り込んでいく雑誌『Maybe!』のクレジットを参考に、一冊の雑誌ができるまでに具体的にどのような役割の人が関わっているのかを紹介する。

●文 編集部 ●写真 谷本 夏[studio track72]



Maybe! [マイビー!]

使用ならない機械社会を生きる好奇心旺盛なカルチャーハンターたちの読者へ向け、これが世の中の真実だと思われることを毎号特集テーマに合わせて、年2回発行の新感覚ファッション・カルチャー雑誌。



staff credit

『Maybe!』のスタッフ・クレジット

運行会

柏原 順太

運行所

株式会社 小学館

印刷所

共同印刷株式会社

販本所

株式会社 若林製本工場

デザイン

川名潤

五十嵐由美

桑山慧人

吉田健人

梅崎彩世

(以上prgraphics)

編集

小林由佳

渕谷栄子

金城小百合

中山夏美

上野萬由香

阿部洋子

中山正雅

大藪百合

森原早苗

小菅凌

辻 宣克

塩 知佳

編集協力

松島木華

金井茉利絵

広告

渕谷栄子

橋田誠

山崎祐太郎

原壳

根深大東

編集

島田由紀

制作

遠山礼子

編材

浦城房子

制作企画

直属裕子

校正

麥秋アートセンター

校製

小学館クオリティセンター

小学館クリエイティブ

印継進行

小林広貴(共同印刷株式会社)

Maybe!の編集者に聞く 雑誌のスタッフ・クレジットの見方

参考スタッフ・クレジット ▶ Maybe!

magazine

九住雑誌

話を聞いた人

毎号、読み応えのある切り口や斬新な視点で、「進路」「恋愛」「普通」といったアーリアルなテーマにフォーカスしていく、ファッション・カルチャー雑誌『Maybe!』(小学館刊)。2015年に前身『This!』が話題になり、各方面にファンを増やしている同雑誌は、小学館内のそれぞれ異なる部署に所属する3人の

編集者を中心に、外部のスタッフを交えながら「編集部を持たない」というユニークな形態で発行をしている。そんな遊び心溢れる雑誌、Maybe!がどのようなスタッフが関わって作られているのか、編集を担当している小学館の小林由佳さんと、金城小百合さんにお話を聞いた。

staff credit

発行人

発行人は、基本的に雑誌の内容を超えるレベルの、編集長でも責任を負えないような各出版物そのものの責任を担う人のことですね。Maybe!は、私が(小林さん)が所属している小学館児童書局から出版しているので、その部署のチーフプロデューサーを「発行人」としています。

staff credit

発行所

発行所は基本的に、雑誌を出版している会社のこと。Maybe!の発行所のクレジットは小学館。雑誌によっては「発行所」の他に「発売元」もクレジットされていることもあります。自社の力だけでは書店に広く行き渡らないと判断した出版社は、別の会社に「発売元」という形で販売や流通のルート確保を任せ、出版社と書店をつなげてもらう場合もあります。

staff credit

印刷所

その名のとおり、印刷をしているところですね。ただ、数ある印刷所からどこを選ぶかは大切です。Maybe!の印刷所を共同印刷に決めたのは、営業担当が、テキバキと勧いてくれて、時間に余裕がないスケジュールでも現場に交渉したりしてくれる、すごく信頼できる方だったからです。そして、印刷のクオリティやコスト面のことを加味しても、全体的にバランスがとれているもの理由として大きいですね。例えば、図鑑だったら、何年も使うものなので、発色が良く印刷がきれいなところに頼みますが、その分丁寧なので、値段が高いし、スケジュールの融通も利かないから時間がかかるんです。一方で、漫畫雑誌を中心手掛けている印刷所は、スピード重視だけど、発色や精度はそこまで良くなかったり……どこを選ぶかは、目的と印刷所の特徴によって大きく変わってきますね。

staff credit

製本所

印刷したものを本の形に組じ合わせるところが製本所です。本来であれば、印刷所でも製本までお願いをすすめることができ、その方が短納期ではあるのですが……Maybe!の場合は印刷所と製本所が別です。小学館と付き合いのある製本所にお願いをしています。スケジュールが厳しい時、ここを一本化して時間を短縮するというよりは、こちらの制作のスケジュールを見直そうという気持ちでやっています。

staff credit

デザイン

写真やイラスト、本文など、記事として必要な要素をレイアウトとして組み、デザインをしてもらう段階のことです。Maybe!は、川名潤さんをはじめとしたデザイン事務所のprigraphicsのスタッフの方が担当をしています。

川名さんにデザインをお願いしたきっかけは、私たちがMaybe!の前身『This!』を立ち上げようとしていた時、ちょうどTwitterで川名さんが「雑誌がすごい好きなのに、もう面白いデザインをできる雑誌がない」と書いていたのを見て、川名さんが求めているものってまさにThis!のような雑誌なんじゃないかと思ったからです。

記事によっては、仕上がるのに時間がかかるものもあって、入稿に間に合うかどうか気が重くなるんですけど、もうギリギリになってしまっても気が済むまでとこんなんやるが、Maybe!という場所だし、川名さん自身も楽しんでデザインをしてくださっているので、お願いできてすごく良かったと思っています。

川名さんは雑誌全体のデザインの方向性をディレクションしているので、初めは「アートディレクター」として、クレジットに加えていたのですが、レイアウトが上がってきたものは「デザイン」に変わっていたので、川名さんの意向を汲んで表記はそのままにしています。

staff credit

編集

編集は雑誌のそのものの内容や構成を考えたり、記事を書いたり、ディレクションをする人のことですね。小学館のそれぞれ別の部署にいる、編集者の私(小林さん)と金城、Maybelでは広告兼業しているの濱谷裕子の3人が中心となって作っていますが、毎回の仕事とは別途に、小学館内や外部からスタッフが寄り集まって作っているので、基本的に編集部という形態はないんです。外部のスタッフでは、前身のThis!の時から担当してもらっているフリーのライターに加えて、Maybelでは持ち込みや募集とかで問い合わせをくれたことがきっかけで参加をしているスタッフも多いですね。

各ページの企画も社員とフリーのスタッフの間にはっきりとした境界を設けず作っているので、クレジットの名前の順番は内外を問わず、手がけたページの割合順になっています。なんというかMaybelは「遊び場」の感覚で作っているから、スタッフにはそれぞれの持ち場で自分がいいと思うものを、責任編集制で手がけてもらいたい。だから、各企画の構成みたいなもの基本的にしないんですね。

あと他の雑誌には大抵ある「編集長」の記載がないのは、小学館の制度的な理由があるんです。私(小林さん)がMaybelの実質的な編集長ということになるのですが、役職が小学館児童学習局という部署のまだ「デスク」という肩書きだから「編集長」とは名乗れないんです。だから「編集」というクレジットになっています。

staff credit

編集協力

雑誌のクレジットでこの「編集協力」はよく見ますが、編集補佐のような人です。Maybelの場合は、インタビューのテープ起こしをもらったり、住所や電話番号、クレジットの確認をもらったりする人のこと。「編集」とは違って、インタビューに行ったり、記事を書いたりというようなことは担当していません。

staff credit

広告

広告は雑誌に広告やタイアップ記事を掲載をもらえる広告主を採用したり、提案して広告費を獲得する人のことですね。Maybelでは、編集の濱谷が主に広告も兼任もしているのですが、彼女はMaybelの記事の内容と合うクライアントを探したり、広告の提案するのが得意で、才能がすごくなるんです。例えば、漫画家の今日マチ子さんや『おそ松さん』のキャラクターデザインを手がけた、アニメーターの浅野直之さんが描き下ろしたカロリーメイトのタイアップ広告は濱谷のアイデアで、クライアントさんがどういうものを提案すれば、喜んでくれるかを察知する能力がとても高い。なので、濱谷のおかげでMaybelに広告を入れてもらえて、発行できているといっても、過言ではないんです(笑)。

staff credit

販売

販売は書店や取次店に「こんな雑誌が出るからお願ひします」と営業したり、店頭でちゃんとPRをもらえるようにポップとかポスターを渡して、売り込みをする人のことです。また、毎号の発行部数、重版の決断をします。やっぱり雑誌はなるべく多くの書店に置いてもらえて見てもらうことが、売り上げにつながっていくので、大切な役割ですね。

staff credit

宣伝

宣伝は、Maybelの場合は、最新情報を告知したりするために編集部が作ったプレスリリースの配信をもらったり、ウェブの情報の管理をする人のことですね。広報の窓口といった感じでしょうか。たくさん的人にMaybelのことを知らせるために欠かせない役割です。

制作

制作は印刷所や製本所へのやりとりや、印刷費の交渉とか印刷の段取り、納期のスケジュールの管理をしている人ですね。例えば、印刷会社から何日で刷り終わるので、製本所に何時に納品するとか、何日までには間に合わせて欲しいとか。印刷周りの管理とその進行という感じでしょうか。

資材

資材は印刷する紙はどれを使うかとか、印刷の方法はどうするのか提案したり、紙の発注をする人ですね。例えば、Maybelのvol.1の時は手で持ったときに、ちょっと重く感じたので、vol.2ではもう一段階くらい軽くしたいので、紙の斤量を派らすか、紙の種類を変えるかを提案してもらったり。あとは表紙の加工の方法を、デザイナーさんに提案したりしています。

制作企画

制作企画というのは雑誌そのものの原価計算の設計を出す人です。編集者が考えた売り上げ部数と編集予算を出したときに、どれくらい売り上げれば黒字になるかとか……例えば、この号は売れると思うので、その場合にいくらプラスになるかとか、逆に前号より売れないと思うので編集費も減らす分、部数はどれくらい出せるかとか、およおその見積もりを出してくれます。そこから編集と資材の人が予算に見合った印刷方法や紙を選び、制作の人に印刷所や製本所に交渉をお願いするといった感じですね。

校正

校正は一般的には原稿の内容と印刷物を見比べ、誤字や脱字、誤植がないかどうかを調べる役割ですね。また表記に各出版社や媒体のルールがあれば、それに伴った正しいものが入っているかの確認もします。基本的にMaybelの校正と校閲は小学館のグループ会社である小学館クリエイティブが担当しているのですが、時間が何日かかるので、タイアップのページなどスケジュールに余裕がない時は、外部の麦秋アートセンターにお願いをしています。表記上「校正」なのは、他の雑誌の表記にならっています。

校閲

校閲は記事の文章を読み込んで、内容に矛盾がないか、差別的な表現や、読った表現をしていないかを確認することです。本文の内容を読者に正しく伝えるために、なくてはならない工程です。

印刷進行

「印刷進行」は、他の雑誌だと印刷所の色調の責任者である「プリントイングディレクター」という表記になっている場合もありますね。Maybelでは、共同印刷の営業の方を「印刷進行」という形でクレジットしています。





亚人ちゃんは話りたい

神原やおとが詠のモチーフにもなっている「亚人」。油青の歴史もあつたが、近年はそれも歴史と認められるようになった現在、多くの人と、の交流を望んでいた夜市の生放送教師。黒髪紳男だが、新学期になり彼の前に亚人の生徒や新人教師が現れる。そんな亚人との交説を描いた学園ファンタジーのシリーズアニメ作品。TOKYO MX TV、MBS、BS11、群馬テレビ、とちぎテレビにて放送中。



アニメの スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

参考スタッフ・クレジット 亜人ちゃんは語りたい

アニメーションは制作の分業制が進んでいる。スタッフ・クレジットを見ると、コアなアニメファンはそれぞれどのような役割を果たしているのか想像がつくと思うが、逆にそれ以外の人たちはまったくその仕事内容を把握できないのではないかだろうか。ここでは、好評放送中のアニメ作品「亜人ちゃんは語りたい」を参考に、現在のTVシリーズにおいてどのようなスタッフのクレジットがあるのか詳しく見ていく。

文: 痴蠻郎



佐久間悠也	姫名秀和	井上 順日	海外涉外
清水彩香		京須佑樹	佐々木 恵
大庭聖也		篠原 晃	清水久里
		佐藤雄香	小高洋介
黒瀬助手	市村友進佳	牧野和哉	小川優子
下田由希乃		三浦涼光	本郷久美子
		焰プロダクション	
黒瀬助手	横田泰樹子	色風園・桃園	企画監修
岡田奈美美		赤井三佐子	脚本
		ペイント	三綱尚輔
音楽制作担当	横田解菜子	A-1 Pictures	山本和子
宮本かおり	焰プロダクション	焰プロダクション	本木 閃
		スタジオエール	
音楽制作	岸田	黒園	撮影
マジックカブセル	スタジオ風雅	スタジオ風雅	監修
		ED制作進行	井上風光
企画監修	3DCGI	撮影	三上真衣香
外村泰一	星須龍司	宮脇洋平	制作監修
			監修組合
HD監修	色風定・桃風	タイトロゴデザイン	監修組合
白井基四 (ギュ・・テック)	吉村風樹	浅見ダイイチ (L.S.D.)	監修組合
		アシスタントプロデューサー	吉岡正無
作詞・作曲・編曲 すこぶ	ペイント	永山真美	制作デスク
(Ki/oon Music)	A-1 Pictures	黒田尚子	浜谷聰尚
-----	D-COLORS		
オープニングアニメーション	スタジオエル	監修	音楽制作
	焰プロダクション	宮原昌史	岡本千尋
		高橋巨匠	制作進行
監コンテ・演出	黒コンテ	大竹弘樹	浜田優美
安藤 勉	演出	井井謙弘	監修
音楽監修	安藤 良	谷地板也	A-1 Pictures
岸上哲也	作画監修	高村江里	
	川上千也	田嶋香織	制作
監		ロケーション撮影	「聖人ちゃんは借りたい」
佐藤秋子	作画監修	美京国立獣医工業高等学校	製作監修会
田中悠華	川上千也	セールスプランニング	アニメレクタス
牧 孝雄	脚本	鈴田竜希	講談社
藤巻裕一	焰2編劇	WEBプロモーション	インペスメント
鈴田優美子	脚部	津田岳男	クリスマスホールリー
中村直人	焰2脚本	丸山紗洋	
火口仲克	正岡 勤	記念担当	ペトス・講談社「聖人ちゃんは語りたい」
浦山雅子	正岡 勤	河村吉平	製作委員会
酒井智史			
森川佑紀			
中井 勤			
原田謙平			
森嶺奈子			
岸寺寺万郎風			
五反事實			
川上千也			
たかはしゆう			
	A-1 Pictures		

篠田利隆に聞く

アニメのスタッフ・クレジットの見方

参考スタッフ・クレジット 亜人ちゃんは語りたい

亜人との交流を描いた学園ファンタジー作品「亜人（デミ）ちゃんは語りたい」。多くの人が思い描く、アニメーション作品として丁寧かつ王道な制作スタイルが取られていることは、前ページの多様なスタッフ・クレジットを見てても明らかだ。このひとつひとつの役割は、どのようなものなのか。

ここでは、CMやミュージックビデオの映像監督ながら、アニメーション作品とその文化にどっぷりと惚れ込み、「アマナ異次元」というアニメ、さらにはアイドルカルチャーにまつわる映像をクリエイションする部署を立ち上げた篠田利隆さんに、それぞれの役割について聞いてみた。

animation

アニメ

話を聞いた人

【しげだ・としたか】映像監督。アマナ異次元所属。元原キャリブレーション、VALSHE、藤無レイ、Sarah.私立恵比寿中学、mwwaなどを手がける。url: <http://amanajigen.com/>

staff credit

監督

監督は、その作品に対して全スタッフが共通のビジョンを持てるように指示する人。そして、スタッフから上がってくるさまざまな提案、それは例えば脚本だったり、絵コンテだったり、演出だったり、作画だったり、世界設定だったりに對し、そのビジョンに従って最終的なオーネーを出したり、もしくはビジョンから外れていれば修正を依頼する人、といったところでしょうか。

アニメの監督は、とにかく忙しい。TVシリーズのアニメ監督は、第1話の絵コンテを描いたりすることもよくありますが……僕は映像監督として5分のミュージックビデオの絵コンテを描くのに1週間くらいかかります。そう考えると30分の番組1回分（本編は20分強）の絵コンテってどれだけの労力を要するのか。それをやりながら、スタッフから上がってくるものをチェックしつつ、さまざまな打ち合わせをこなしたり。監督は作品が出来上がるまでの入り口から出口までをチェックする必要があるので、作業が膨大にある仕事ですね。

staff credit

シリーズ構成

シリーズ構成は、例えばTVシリーズだったらワンクール12話をその話数で視聴者を惹きつけるように、脚本の構成を考える人。各話に対しても、起承転結のある話にするのか、はたまたオチから見せていくような展開にするのか、シリーズ構成の手腕によって話のおもしろさが決まってくると思っています。簡単に言うと、脚本という分野の監督というイメージで僕は捉えています。シリーズ構成の人は、基本的に自分でもいくつかの話数の脚本を担当することが多いですね。

staff credit

演出

演出は、TVシリーズの場合だと担当の話数を持ち、その回の多くの部

分のチェックをしています。例えば「尺」的な部分。上がってきた絵コンテが尺にきちんとはまっているかどうかを見る。また、絵コンテを元に上がってきたレイアウトが大丈夫かどうかチェックし、作画監督に渡すような役割も担います。こういった制作現場の中複雑的な部分を担うので、その核となる絵コンテを演出担当が自身で切る場合も多くあります。監督の補佐的な役割とも言っていいかもしれません。

staff credit

制作進行

コストと時間の管理をしている人たち。それが制作進行です。立場的には、プロデューサーの下についている役割。作品の制作がスムーズに進むように現場とコミュニケーションを取り、調整をしながら、スケジュールを管理します。どこかのセクションの進行が押し始めるとき、全体で遅れがではじめるので、他のセクションと相談しつつ調整役を担うこういった役割は、アニメのような多くの人が関わる作品を作るうえで非常に大切です。

staff credit

キャラクターデザイン

作品に必要なキャラクター造形を行う仕事です。ただし、アニメーション作品におけるキャラクターは、魅力的であることはもちろん、動画になったときにきちんと動かせるデザインになっていることが何より重要です。さまざまなアニメーターが作画するので、プレが出てくいようにデザインをフィックスする必要がある。

最近のアニメは多くの場合、漫画の原作があったり、もしくは漫画家やイラストレーターがキャラクター原案を手がけたりすることが多いので、ゼロからキャラクターを生み出すのではなく、それらをアニメ化できるようにデザインしなおす役割もあります。いずれにせよ、アニメーション作品はキャラクターが魅力的でないとなかなか見てもらえないもの、重要なボストの一つと言えるでしょう。

原画

画面の設計図である「レイアウト」を描いた上で、アニメーションの中で要所となるフレーム（キーとなるフレーム）を描くセクション。キーフレームとなるキャラクターの絵のクオリティが、そのフレームの間を描いていく動画マンの絵のクオリティも引っ張っていきます。そういう意味でも、原画はアニメーション制作において非常に重要なセクションです。

作画監督

総して作監。原画のクオリティ（絵が崩れていないか、キャラクターデザインの設定画に従った絵かどうか、など）をチェックし、ときには修正を加えていきます。場合によっては、ほぼ描き直しているのでは？というような修正を入れる場合も。クオリティを大きく左右する重要な役割だと思います。TVシリーズではふつう、作画監督は数人いて、この上の統括的なポジションとして、総作画監督がいます。

動画

原画の人が描いたキーフレームの間のフレームを描いていく（中割りを行う）セクションです。動画マンといった言い方もします。動画マンが中割りを行うことで、キャラクターがアニメートされます。

個人的には、動画、原画、作画監督というポジションは一連の作業だな、とよく思うんです。また、動画や原画における作画作業はいまだにデジタルよりも、紙と鉛筆がメイン。一枚一枚、人力で描かれているというのはいまだに驚くことだな、と感じています。

ちなみに動画にもクオリティチェックと修正を行う役割があります。動画検査というポジションです。

第2原画

第1原画の人たちが、レイアウトとラフな原画を担当します。それをきれいに済書するのが第2原画の仕事です。原画のサポート的な役割と言つていいと思います。ここまで分業制が行われているのは、アニメならではだと思います。

色彩設計

監督の意向を聞き、その世界観を反映しながら、キャラクターの色をブランニングする役割です。髪、肌、瞳、洋服、それらの臉部分など、一通り色のブランニングを行います。時には1キャラクターに対して、朝の光だったり、日常光だったり、夕暮れ時だったりと複数ブランニングする必要があります。

色指定

色彩設計の担当者が色の指示資料を作り、色指定と呼ばれるポジションの人がそれに従って各シーンで色の指定をします。実際には、色彩設計の時点でブランニングしていないちょっとした小物などが出てきた場合、色指定人が直接、色の指示をすることも。

ペイント

実際に着彩を行うポジション。多くの場合、「仕上げ」とも呼ばれたりします。このようにキャラクターの色彩部分だけでも、分業制が進み、「色彩設計」「色指定」「ペイント」に分かれています。



キャラクターの色は色彩設計によってブランニングされている。底や髪などの陰影部分の色も、あらかじめ設計されたものだ

staff credit

美術監督

監督の意向を汲み取りながら、作品の世界観を背景で表現するのが背景美術です。美術監督は、その背景美術を統括して管理するポジションのこと。この背景美術の作業に入る前に、普通は監督との打ち合わせのもと、作品の背景イメージが大まかに伝わる美術ボードが描かれます。この美術ボードを共有することで、統一感のある世界観を持つ背景を複数の背景スタッフで描くことができます。

今はアニメ作品を見た人が、そのモチーフとなった場所に訪れる「聖地巡礼」が流行っています。ですので、以前より重要なパートになってきている気がしますね。

staff credit

撮影監督

もともとセルアニメ時代に、背景素材とキャラクターが描かれたセル画を撮影台上で重ね合わせて、1コマずつセル画を交換しながら撮影を行っていたんです。その時に、透過光などの光の演出もやっていました。こういったやり方は、デジタルに移行した現在ではほぼやっていません。代わりに、素材をコンポジットし、それからエフェクトも施せるAfter Effectsなどのアプリケーションを使って同様の作業を行っています。デジタルの特性をフルに活かして、奥をぼかして被写界深度のような光学的表現を再現したり、逆光のような効果を作り出せるのも簡単になりました。

ですので、いまだに背景素材とキャラクターを合成し、特殊効果を施す作業を「撮影」と言っています。これらを統括して管理しているのが、撮影監督です。

staff credit

プロップデザイン

作品の中から出てくる小道具のデザインですね。アニメ作品も昔に比べて、「異世界モノ」よりもどこか自分たちが生きている日常とつながっているような世界観の作品が増えてきたように思います。共感性が重要視されている。なので、ちょっとした小物も突飛なものではなく、きちんとデザインされたオシャレなものが必要になってきたのかな、と。そこら辺がプロップデザインが必要とされてきている理由なのかな、と思っています。ちなみにプロップデザインというものは、自分がおもに活躍するMVやCMなどの実写の世界では「美術」さんがやっていますね。広告などでスチール(静止写真)を撮るときは、「スタイル」の範疇かもしれません。アニメ、CM、スチールといったジャンルでいろいろと言ひ方が異なっておもしろいな、と思います。

staff credit

特殊効果

魔法のように光を放ったり、といったエフェクト効果のことを指します。略して「特効」ともよくいいますよね。

美術は、そのアニメーション作品に出てくる舞台背景を、室内外問わず必要に応じて描く。どういった机が置かれているか、机に置かれているものは何か、といったディテールも美術によってきちんと決められている





キャラクターの背景は写真光学的にボケで
いるような演出がなされている。この効果は
After Effectsなどで背景素材とキャラクター
素材を合成して一つにまとめるときなどに行
う。この工程を慣習的に「重影」と呼んでいる

staff credit

編集

編集はあまり注目されませんが、とても重要です。編集とはこの作品が
意図するところを汲み取りながら、カットを統一していく作業。この説明だけ
聞くとそこまで重要な感じはしないかもしれません、編集で印象は大き
く変わるんです。例えばテンポ感とか。

バトルもののアニメ作品だったら素早くついでいたたり、この「亜人
ちゃんは語りたい」のような作品だったら、引き目の背中のカットとかを長
めにとって切なく心に響くようなつなぎ方をしたり。ある程度、作画の段階
で尺が決まっているとは思うのですが。

staff credit

音響監督

音響監督は、声優の方々の演技に対する監督役、という部分が大きい
と思います。音響監督が声優さんたちに演技をつけるんですね。アニメ
の場合って、「絵がない段階」で演技をつけるんじゃないですか。原画だけ
の段階や、コンテの段階で。音響監督と声優さんの両方の呼吸が、アニメ
のグループ感を作っていると僕は思っているんです。

staff credit

音響効果

音響効果は「音響監督」と字面(じづら)がどこか似ていますが、だいぶ
異なる仕事です。音の特殊効果のようなものを作る人といいますか。戦い
で刀と刀が交わる音とか、歩いている靴の音とか。

staff credit

CG監督

セル画タッチのアニメーションでもいまは、CGが随所に使われています。
背景などもCGが増えてきてますよね。ベースに合わせて背景を張り
込むといった使い方もしたり。あと近年のロボットアニメーションはたいて
いCGが使われています。あと車など。こういったCGパートをCG監督が
ディレクションしています。

staff credit

タイトルデザイン

ここ10年くらいでしょうか、アニメーション作品は既存のファン以外に
もウケることを目的としているのだと思いますが、洗練されたタイトルデザ
インが増えてきたように思います。タイトルデザインって大切で、ロゴを見
ただけでどういったテイストのアニメか想像がつくというか。もはやCI的
でもありますよね。アニメ番組の初回を見るととか、オープニングがはじ
まってロゴがだいたい15秒から30秒くらいで出てきますけど、その出でき
たロゴで期待値は大きく上下しますよね(笑)。

音楽の 音楽

スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

参考スタッフ・クレジット さかいゆう『4YU』

音楽が好きな人の中には、CDやアナログレコードを手に入れたら記載されているスタッフ・クレジットをくまなく見るのは多いだろう。まずは、作曲家やアレンジャーなどの楽曲の根幹を担うパートを見る。さらにはギターやベース、シンセなど楽器はどのようなパートがあるのか、それを誰が演奏しているのか。録音周りのエンジニアたちも気になる。

ここではさかいゆう『4U』に記載されているスタッフ・クレジットを掲載。それをベースに、音楽制作においてそれぞれどのような役割を果たしているのか紹介していく。

●文 編集部 ●写真 谷本 夏 [studio track72]



さかいゆう『4YU』

本アルバムは、各曲ごとにさかいゆう本人を含むさまざまなクリエイターがサウンドプロデュースで参加している。経験、才の言い訳もいらない、最高のメロディと最高のアレンジと、なにより貴重の歌声で魅せる11曲が収録。どうしてこのよくな神がかった楽曲を生み出したのか、バックレットのスタッフ・クレジットと一緒にぜひ探していくといい。

価格:3,240円





staff credit

さかいゆう『4YU』のスタッフ・クレジット

01. SO RUN

作詞・作曲:さかいゆう

編曲: mabanua

horn arranged by 武藤 翼、mabanua

vocal, acoustic piano, synth bass, chorus: さかいゆう

guitar: 関ロシゴ

drums, conga, programming: mabanua

trumpet: 川崎太一郎

trombona: 廣瀬貴雄

tenor & baritone saxaphona: 武藤 翼

02. Doki Doki

作詞・作曲: さかいゆう

編曲: さかいゆう、Avec Avec

vocal, acoustic piano, bass, chorus, synth: さかいゆう

guitar: 関 玄

drums: あらきゆうこ

03. WALK ON AIR

作詞: 渡辺シェンスケ

作曲: さかいゆう

編曲: 石崎 光

vocal, acoustic piano, handclap: さかいゆう

bass, handclap: 横岸宇宙

drums, tambourina, handclap: あらきゆうこ

background vocal: 渡辺シェンスケ、石崎 光

handclap: 石崎 光、小山真入

04. 下剋機讃

作詞・作曲・編曲: さかいゆう

vocal, acoustic piano, chorus: さかいゆう

guitar: 吉田サトシ

bass: 植子田 健

drums: 石崎 翼

background vocals: 吉岡悠歩、横沢ローラ

05. あるギタリストの恋

作詞・作曲: さかいゆう

編曲: 石崎 光

vocal, upright piano, chorus: さかいゆう

guitar: 竹内朋康

bass: 伊賀 航

drums: 松永俊弥

Mellotron Mark VI, Rickanbacker, tambourina: 石崎 光

06. 愛は急がず -Oh Girl-

作詞: 西寺義太 (NONA REEVES)

作曲: さかいゆう、Avec Avec

編曲: Avec Avec

vocal, chorus: さかいゆう

all instruments: Avec Avec

programming: Avac Avac

07. サマー・アゲイン

作詞・作曲: さかいゆう

編曲: さかいゆう、Shingo Suzuki

vocal, chorus, piano, other instruments: さかいゆう

drums: mabanua

electric guitar: 関ロシゴ

niglyakashi: big turtles

project coordination: 対馬芳昭、

熊井健侍 (origami PRODUCTIONS)

08. SELFISH JUSTICE

作詞・作曲・編曲: さかいゆう

vocal, acoustic piano, bass, programming, chorus:

さかいゆう

guitar: 田中義人

drums, conga, guiro: mabanua

timbales, bongos, wind chimes: 三星翠旗

09. ドウキヨー SOUL

作詞: 森雪之丞

作曲・編曲: さかいゆう

vocal, acoustic piano, bass, chorus: さかいゆう

guitar: 竹内朋康

organ: タケウチカズタケ

drums: 関野 "tiger" 誠

10. 愛は漸熱

作詞・作曲・編曲: さかいゆう

vocal, acoustic piano, bass, chorus: さかいゆう

acoustic guitar: 石成正人

gut guitar: 田中義人

drums: mebenue

conga, wind chimes: 三星草旅

11. ジャスミン

作詞: さかいゆう

作曲: さかいゆう、高谷好位置

編曲: 高谷好位置

strings arranged by 高谷好位置(gegehssprings)

vocal, acoustic piano, chorus: さかいゆう

acoustic & electric guitar: 山口周平

bass: 松原秀樹

drums, tambourine: 玉田豊夢

strings: 弦一徹ストリングス

all songs produced by さかいゆう

sound produced by

mebenue(M1)、石能 光(M3,M5)、Avec Avec(M6)、
Shinzo Suzuki(M7)、高谷好位置(gegehssprings)(M11)

recorded and mixed by

佐藤宏明(molmol) (ALL TRACKS except M7), yesu2000
(big turtle STUDIOS)、Shingo Suzuki(M7)

additional engineered by 田中章義、星野文男

recorded at studio:

GREEN BIRD, ONKIO HAUS, prime sound studio form,
AUGUSTA STUDIO, SOUND CREW STUDIO, STUDIO
MECH, SOUND ARTS, big turtle STUDIOS, CLOVER
STUDIO

mixed at Griot STUDIO, big turtle STUDIOS

assistant engineers:

田中章義、星野文男、前田和哉、尾越さやか、大川世奈、阿部幸介、
込山拓哉、高山耕平

mastered by 山崎 寅 at Bernie Grundman Mastering

mebenue, 関口シンゴ and Shingo Suzuki

(Ovelli / Hipnotics)

appear by the courtesy of origami PRODUCTIONS.

director: 竹内 勝(wilsonic)、半田 悠(OFFICE AUGUSTA)

label director & A&R: 玉城健太(AUGUSTA RECORDS)

artist management: 小山真人(OFFICE AUGUSTA)

promoter:

山本真理、小林 利、川本直子、谷 小百合、廣松真美子、

井上 美、小林祐生(Ariola Japan)、星様 学、松田聰士、

岡田さくら、細尾明子、新澤進矢、山波大地、

蓮華ゆりか(OFFICE AUGUSTA)

area promoter:

田中祐二、鈴木友也、黒田陽寛、谷口ゆい、岩井陽介、加藤妙子、

廣木出野美、金星美里子、後藤優紀(Sony Music Labels)

sales promoter: 小澤真文、都築栄 & Sony Music

Marketing All Staff

digital promoter:

平林満己(Sony Music Marketing)、

豊原藍矢子(OFFICE AUGUSTA)

promotion desk: 田村有里、岩川裕子(Sony Music Labels)

management desk: 中野真由美(OFFICE AUGUSTA)

A&R in chief: 萩原由典、古峯美穂(AUGUSTA RECORDS)

label division in chief: 田崎 宏(AUGUSTA RECORDS)

artist producer: 堀越信哉(OFFICE AUGUSTA)

music production dept. in chief:

鷹鴉太郎(OFFICE AUGUSTA)

artist management dept. in chief:

千村良二(OFFICE AUGUSTA)

executive producer:

森川欣信(OFFICE AUGUSTA)

村松俊哉(Sony Music Labels)

桂田大助(Sony Music Labels)

藤原俊輔(Ariola Japan)

art direction & design: 矢野 宏

photography: 羽田 咲(小池事務所)

hair & make-up: 中井正人(DEUCE)

styling: 九(Yolken)

model: ヴィーナル・ミナ(Awesome)

product coordination:

江畑有美(Sony Music Communications)

竹内 修に聞く

音楽のスタッフ・クレジットの見方

参考スタッフ・クレジット さかいゆう「4YU」

2016年2月に発売された、さかいゆうの4thアルバム。一聴しただけでわかる豊かなサウンドプロダクション。楽曲価値の高い高純度でボップな楽曲たち。

練りに練られたサウンドプロデュースがそれを可能にしたのか、それともミュージシャンの力か、またはミキシングやマスタリングの力

か。それを探るべく、ここでは本アルバムの音楽ディレクターである竹内 修さんに、「4YU」のCDジャケットのスリーブ内にあるスタッフ・クレジットを解説してもらった。音楽作品のクレジットの豊かな見方がわかるようになるのではないか。そこから読み解けるものは決して少なくないはず。



話を聞いた人

【たけうち・おさむ】音楽ディレクター、プロデューサー。コード・メーカー勤務を経て、2009年独立。1991年のメジャー・デビューから現在まで、ディレクターとしてスピットに携わる。その他のこれまで担当した主なアーティストは、平沢 亮、グルーヴァーズ、水玉京介、BLANKEY JET CITY、レーベル「Teenage Symphony」(ゲントウキ、bonobosなど)、東京カラシコロン、さかいゆうなど。1963年新潟県生まれ。

staff credit

オール・ソングス・プロデュースド・バイ

CDのスリーブの最後のページに、このアルバムのスタッフ・クレジットがまとめられていて。その筆頭は「all songs produced by さかいゆう」となっています。つまり「この楽曲の成り立ちに対して一番責任を持ってるのが、さかいゆうです」というような宣言です。作詞作曲をやって、どういう方向のアレンジにして行くで、最終的にどう落とし込むかという全責任を持っているということですね。

staff credit

サウンド・プロデュースド・バイ

楽曲の一番の責任はさかいゆう本人にある、ということは上記の「all songs produced by」に込められていて。それに対し、ここはサウンドメイキングに関するクレジットですね。何をしているかというと、アレンジ、そして演奏者の人選です。ドラム、ベース、ギターなどを誰にするか。このアルバムではエンジニアはあえて一人にお願いしていますが、本来はここにエンジニアの人選の責任も入ってくるでしょう。これらのサウンドプロデュースは、この欄に記載されているmabanusや石崎 光、高谷好位置をはじめとする各氏がさかいくんと一緒にやっていると思ってもらってかまいません。

staff credit

レコーデッド・バイ

レコーディングエンジニアの仕事。各トラックに楽器の音を録っていくという作業ですね。これは音楽業界にいる人は、短く「録り」と言っています。ここには、録音するときのマイクを置ぶか、どうマイクを立てるか、といったところももちろん含まれます。あとベースなどをアンプから出して流した音をマイキングするか、もしくはラインで直接録るか。どこかのスタジオがいいか、さらには楽器の特性なども把握しています。

staff credit

ミックスト・バイ

こちらはミキシングエンジニアの仕事。各トラックで録られたものを、ツーミックスというLRというステレオに落とし込むという作業ですね。各トラックの音の大きさのバランス、左右のパンニング、エフェクトなどによる音の質感などをイメージに合ったものに整えながら。この作業を音楽業界にいる人は「落とし」と言います。ちなみにレコーディングとミキシング、つまり「録り」と「落とし」を1人のエンジニアがやるのはわりと一般的です。

staff credit

レコーデッド・アット・スタジオ

ここでは、レコーディングを行ったスタジオを明記しています。サウンドプロダクションが多岐にわたっていたので、さまざまなスタジオで録っています。大きさもバラバラです。ただ、さかいくんのレコーディングセッションは、生でセーでの録ることが多いので、ブースはそれなりに大きいところかな、と。あと、さかいくんの場合はピアノが不可欠。お気に入りのピアノがあるところも選んでいます。

アシスタントエンジニア

スタジオでの録音時に、マイクを用意するなど下準備をする人たちです。大所帯のレコーディングだったりすると、全ブースにマイキングをしなきゃいけない。それを一人のエンジニアがコツコツやってたら、時間がかかりすぎてしまいますよね。さらには昔のレコーディングだとテープを回し始めたり、止めたりしなくてはいけないし。そのテープのオペレーターもアシスタントエンジニアの仕事です。

ちなみにアシスタントエンジニアは、スタジオの社員のことが多いです。だから、スタジオを退はきの理由の一つとして、優秀なアシスタントエンジニアがいるかどうかは大きい。逆に、スタジオはいいんだけどアシスタンントが嫌だから使わないこともあります。

でも、これからはどんどんこのクレジットがなくなっていく世の中になると思っています。なぜかというと、プロトケーブルを使えばデスクトップで大いたいすべてを制御できるから。加えてアシスタントエンジニアも人材不足というのがありますね……。

マスター・バイ

ここにはマスタリングエンジニアが記載されています。マスタリングは、できあがった曲データをCDなどに落とし込むための最終工程を担当エンジニア。アルバムなどですと10曲ぐらい収録されていると思いますが、そのままだとデコボコした音像なんです。それをイコライゼやコンプなどを使って、アルバム全体の聴感を整えます。通して、何度も聴いてみようと思えるのは、このマスタリングという処理が施されているからなんですね。

ちなみに、このマスタリングという作業とジャケット制作は原盤制作とは関係がないので、レコードメーカー側の仕事なんです。原盤は、レコード会社が権利を持っている場合もあるし、マネージメントが持っている場合もあるし、半々で持つこともある。でも、マスタリングとジャケット制作は必ずメーカーが仕切ることになる。それはなぜかというと、それらはパッケージ商品として出すための作業だから。マスタリングも理屈では「音」と関係ない部分なんです。

僕はマスタリングにもできるだけ立ち会いますけど、本来的に言えばフリーのディレクターである僕が口を出せる立場にはいなくて。マスタリングエンジニアから要望を聞いた場合は、レコードメーカーの人にきちんとお問い合わせます。

appear by the courtesy of origami PRODUCTION

これは、「オリガミ・プロダクションのご厚意で参加してもらっています」という内容。「他のレーベル所属のお抱え専属アーティストだけど、きちんと断って参加してますよ」という意味合いでね。おもにレコード会社間の取り決めで、こういう表記を入れています。

ディレクター

一般的には、ディレクターはメーカー(レコード会社)に所属しています。何をする仕事か、というとパッケージにおける制作業務一般ですね。曲はもちろん、ジャケット制作、その工程と予算管理を含む。ただ、同じディレクターでもより音楽的なところをやる人もいるし、宣伝よりもいます。メーカーによって、役割が違うという感じかもしれません。今どきは音楽よりもディレクターは、レコードメーカーは求めていない気がします。音楽が良くても売れなくてはダメだから。売れるアーティストを持ってくるのが制作の仕事。

自分はフリーのディレクターなので、手伝ってくださいというオファーがあったら、その時の中シチュエーションによっていろんな役割を引き受けます。枠組が決まって、その中でレコーディングをスムーズに進めています。と、ちゃんとやってのを少しましてあげたりとか。

主に僕が一番多くお願いされること、歌を録るということなんですね。ボーカルディレクション。さかいくんのアルバムはほぼ全部僕がボーカルディレクションしています。

レーベルディレクター & A&R

これはレコードメーカー側の制作担当のことですね。メーカー側の制作は、所属のアーティストを担当します。場合によっては新人を発掘し、育てます。そして、レコーディングをし、ジャケットを作り、MVを作り、そして売る戦略も考案します。

なぜか昔今、それをA&Rと呼ぶことが多いんですね。でも、これは歴史的な意味から言うと間違います。A&Rという言葉はアーティストのA、レパートリーのR。レパートリーという言葉はフランス語で、英語で言うとレパートリーですね。これは何かというと「エージェントが売り込んでくる歌手がいます」音楽出版社が売り込んでくるこういう曲があります」というのをマッチングさせるのがA&Rマンなんですよ。この歌手とこの曲があればヒットする、というようなことを考えるのがA&Rの仕事なんですね。だから、本来の言葉の意味からはずれてしまってるんですね。

アーティストマネジメント

いわゆる「マネージャー」ですね。アーティストマネジメントと言かれているところが、アーティストの管理を含め、レコードのトータルのプロデュースをやっている場合もあります。

staff credit

プロモーター

これは、このレコードの宣伝担当です。クレジットを見ると、レコードメーカーである「アリオラ・ジャパン」のスタッフと、マネージメントである「オフィス・オーガスター」のスタッフの両方がいます。彼らが、宣伝の戦略を考え、どう話題作りをするかを考えます。作品と、アーティストと、季節などの環境を考えて、ニュースネタ作りをしたりする。「この曲は内容を考えると、夏にの出るのは早すぎる。秋にリリースしよう」みたいなリリースのタイミングでさえ握りたします。

あと大きいのがタイアップを決めるということですね。そのために、「早い段階からプレゼンにしたいので、こういう曲を書いてください」というようなことを提案してくる場合もあるし。この時代、大きなタイアップというものは本当にありがたい。アーティスト側も、頑張ってやってくれることが多いです。

staff credit

エリアプロモーター

地方の宣伝室のことを指します。レコードメーカーにもりますが、札幌、大阪、名古屋、九州ぐらいにはある。今時は割と地方のイベントとかに業務委託しているメーカーも多いようですが、自分もレコードメーカーにいたころは、彼らと付き合いがありました。コンサートの時にあったり、地方のキャンペーンについて行ったり、「このアーティストはこの地域が強いから、もっと底上げをしたい」といったことを実現するために、前乗りして戦略を一緒に練ったりとか。昔は人付き合いがすごく重要だったし、地方には名物のラジオディレクターなどがいて、「あの人に気に入られない」と、ここでは売れないよ」といったことがあります。

staff credit

セールスプロモーター

これは流通の営業のことを指しています。タワーレコードやTSUTAYA、HMVといったCDを売っているチェーン店でどう展開してもらうか。昔は直に、チェーン店の各店舗と交渉するみたいな感じだったんです。でも最近は一括で、例えばタワーレコードに営業をかけて、タワーの中で割り分けるみたいなことが多いから、営業の腕の見せどころが減ってきた感はあります。でも、今だって店員さんの熱意で展開されて、ロングセラーになつたりということはありますよ。



staff credit

アートディレクション&デザイン

CDパッケージのデザインを担当している方です。レコード会社としてパッケージを制作するうえで、アートディレクターは大事。発注は基本的にレコードメーカーのディレクターがします。自分もメーカーにいたころは、よいイラストや写真、そしてアートディレクターは常にチェックしてました。音楽の内容に合う人がいたら、ぜひ一緒にやってみたいな、と。マネージメントサイドからアートディレクターの候補が出てこない場合は、メーカーからも積極的に提案してみたりします。



staff credit

フォトグラファー

このジャケットの撮影を行ったフォトグラファーのクレジットですね。ジャケットのフォトグラファーの選定は、自分の場合、アートディレクターの意向を重視します。ただし、女性アーティストにおいてはカメラマンの指定がある場合も多いです。

stage

舞台の

スタッフ・クレジットから 読み解けるもの

【著者スタッフ・クレジット】 わたしの星

演劇は、映画やアニメや雑誌などと違って、保存不可能であることが大きな特徴だ。とはいって、準備期間もそれなりに長い。「いま」「ここ」のメディアである演劇は、その準備から劇場でのパフォーマンスまでどのようなスタッフが集められ、それぞれどういった役割を果たすのか。

劇団まとごとの2014年初演の舞台「わたしの星」のスタッフ・クレジットを通して見えてくるものは?

●文 編集部 ●写 青木 司





わたしの星

劇作家・演出家の佐々木による劇団「ままと」の作品。少女と星の一生を描いた『「わが星』』の世界観を引き継ぎ、オーディションによって選ばれた新校生10人をキャストに迎え、三重市芸術文化センター座のホールにて2014年初演。今年8月の再演に向けて、現在、新校生を対象にしたキャスト・スタッフを募集中。

staff credit

『わたしの星』のスタッフ・クレジット

作・演出

紫幸男

舞台監督

佐藤恵

監修

青木拓也

音楽

星野大輔(サウンドワーズ)

衣装

麻谷香子(FA!FA!)

宣伝美術

セキコウ

宣伝写真

濱田英明

演出助手

浜野ゆき子、高梨辰也(トッコ演劇工房)

制作

加藤伸興(ままごと)、森川健太(三鷹市芸術文化振興財団)

制作統括

森元隆樹(三鷹市芸術文化振興財団)

製作委嘱

宮永琢生(ままごと|ZuQnZ)

特別協力

島な城スタジオ

協力

株式会社キューブ、株式会社ボックスコーポレーション

企画制作

ままごと(一般社団法人mamagoto)

公益財団法人三鷹市芸術文化振興財団

主催

公益財団法人三鷹市芸術文化振興財団

「ままごと」に聞く

舞台のスタッフ・クレジットの見方

参考スタッフ・クレジット ➤ わたしの星

劇作家・演出家の柴 幸男によって旗揚げされた劇団「ままごと」。2009年に発表された、団地で暮らす一家と星の一生を重ね描いた舞台「わが星」の世界観を引き継ぎ、高校生のキャストとスタッフを迎えて作られたのが「わたしの星」だ。この美しい演劇は演劇ファンに留まらず、多くの人の話題を集めた。

しかし舞台というものはどのような組織を作り上げることで、成功に導くことができるのだろうか。ここではままごと全作品の製作総指揮を務める宮永琢生さんに、「わたしの星」のスタッフ・クレジットをベースにしながら、それぞれがどのような役割を担っているのか、話してもらった。これで舞台をより楽しめるようになるはずだ。

stage

舞
台

話を聞いた人

【みやなが・たくお】1981年、東京都生まれ。劇団「ままごと」プロデューサー。企画制作ユニット「ZuOnZ(ズキンズ)」主宰。近作は、観客との関係性に主眼を置いて演劇作品のプロデュースを積極的に行っている。

staff credit

作

staff credit

美術

作は、簡単に言うと芝居の脚本や台本を創る人のことです。演劇作品の基盤となる物語を立ち上げる人のことを「劇作家」、劇作家が書いた台本を「戯曲」と言いますね。「戯曲」は、台詞(俳優がしゃべる言葉)と書き(役者の動き、舞台装置、照明、音響などを想定した文章)によって構成されています。

staff credit

演出

戯曲を基にして、俳優、舞台美術、照明、音響、衣装など、様々な要素を総合的に構成し、演劇作品を舞台上に立ち上げる人のことです。映画で言えば、監督のようなポジションですね。「作」と「演出」は、それぞれ別の人人が行う場合と、同じ人が行う場合があります。「わたしの星」の場合には、「作・演出」というクレジットで柴幸男という劇作家・演出家が担当しています。

staff credit

舞台監督

舞台監督は演出家の意向を汲み取ながら、舞台美術、照明、音響、衣装など、全てのスタッフの指揮・進行管理を行う現場責任者です。演出家が作品をイメージする人であれば、そのイメージを具現化させていく人といった感じですね。劇場に入ってからのスケジューリングやタイムテーブルを組むのも舞台監督の仕事なので、本当に大変な仕事だと思います。

staff credit

照明

照明は、舞台上の明かりをデザインする人です。劇中の照明をデザインする人を照明プランナー、本番の照明操作をする人を照明オペレーターと言います。照明オペレーターも、俳優の動きであったり、音響とのタイミングを合わせなければいけなかったりと、技術的に高いことを要求されまわす。

『わたしの星』では、舞台美術の中にある照明を仕込んでいたり、紗幕作の「わが星」を想起させるような照明デザインを意図的に使ってたりと、作品において照明が非常に重要な役割を果たしています。

staff credit

音響

音響も照明と似ていて、プランナーとオペレーターがいます。音響をデザインする人と、本番で音響操作する人が一緒に場合もあれば、別々の場合もあります。こういう効果音をこのシーンで出したいたとか、こんな感じの音楽をこのシーンで流したいといった演出家のイメージに合わせて、効果音や音楽を選んだり作ったりすることが主な仕事ですね。『わたしの星』では、生演奏のシーンもあるので音のバランスをとるのもひと苦労だと思います。

stage

MDN VOL.276 APRIL 2017 069

staff credit

衣装

作品の時代背景や登場人物のキャラクターなどから、キャストの衣装をデザインする人のことです。服飾デザイナーさんが描くような衣装のラフスケッチを描いて、演出家と方向性を決めていきます。ゼロから縫製していく場合もあれば、既製品に手を加えて衣装にする場合もあります。本当に予算のない場合なんかは、キャストやスタッフの私物を持ち寄って衣装に使うなんてこともありますね(笑)。髪型やアクセサリーなどの指定までする場合もあります。

staff credit

宣伝 美術

宣伝用のチラシやポスターなどをデザインする人のことです。「ままごと」では、劇団立ち上げ当初よりセキコウ(岡田浩平)さんというグラフィックデザイナーにお願いしています。「ままごと」の場合、作品の核が固まつた段階で、演出家とプロデューサーとセキコウさんの3人で集まってビジュアルイメージを考えます。だいたいチラシ書き始めるのが、公演の2ヶ月ぐらい前からなので、ストーリーがまだ固まってない段階でチラシを作ってもらわないと間に合わない。デザインしてもらった後に設定が変わることも珍しくはないから、演出のチラシとかポスターに、抽象的なイメージのものが多いのはそれが理由ですね(笑)。

staff credit

宣伝 写真

チラシやWEBなどで使用するイメージ写真を撮影して頂くことがあります。『わたしの星』の宣伝写真を担当してもらった写真家の浜田英明さんとは、2013年の瀬戸内国際芸術祭で「ままごと」の作品を撮影してもらつたのがきっかけで知り合いました。作品を創る上で、最初に仕事するのが宣伝美術に関わるデザイナーや写真家の方たちなので、作品のイメージを共有する上でも重要な役割だと思います。

staff credit

演出 助手

稽古場で演出家のサポートを担当する人ですね。稽古のスケジュールと一緒に考えもらったり。演出家が別の仕事で稽古場にいないときには、演出助手が主導して暫定的にシーンを作っちゃう、なんてこともありますね。あと演出家が「こういう小道具が欲しい」とか言い出したら、次の日には用意しておいて稽古場で試しながら使えるようしてくれたり。

『わたしの星』の時は、高校生キャストの精神的なケアまでしてもらっていました。まだ春期で不安定な子たちですから。といっても、これは本来の仕事の範疇ではないんですけどね(笑)。

staff credit

制作

演出家、制作総指揮と共に、劇団内で公演の企画を立て、収集のための広報、稽古場でのケア、票券(チケット管理)、公演当日の現場の連絡、運営など、お客様に劇場に足を運んでもらい観劇して頂くまでの準備を一括して扱うのが制作という仕事です。

実務的なことで言えば、稽古場で発生した問題を迅速に調整し解決したり、公演チケットをどの会社に委託してどれくらいの枚数を配券するかなどを決めるのも制作の仕事ですね。広報や営業などももちろん制作の仕事です。各スタッフとの打ち合わせなども基本的に全て制作がセッティングします。

「ままごと」では、劇団員である加藤伸栄が制作全体の進行をディレクションしています。

staff credit

制作 総括

実際に劇場に入ってからの制作周りの仕切り・進行が制作総括って感じですね。

公演当日の受付開始2時間前には、お客様の場内説明や券券(チケット管理)担当者と打ち合わせをするんですけど、今日の勤務はこれぐらい入りそうなので客席は何席くらいは用意してほしい、遅れる場合は何枚くらい出せそうなど、当日の予約状況を見ながら、制作総括が全体に指示を出しています。

『わたしの星』の場合は、劇場の制作主任である森元さんに制作総括として現場に入ってもらいました。

staff credit

制作 総指揮

制作総指揮は、その公演のプロデューサーだと思ってもらっていいかと思います。公演の企画立案から、資金集め、予算の管理、キャスティング、キャスト・スタッフへのオファーなどを行い、制作や制作統括の動きを俯瞰的に見ています。広報であれば、どこに狙いを定めてどのような戦略を立てるのかなど。『わたしの星』の場合、全国の高校に情報を送ったり、関東圏の高校演劇部には招待状も併せて送りました。

制作、制作統括、制作総指揮、これはひとつのチームみたいなもので、常に連係を取って動いています。

staff credit

特別 協力

特別協力に記載されている「急な坂スタジオ」は稽古場のことです。「ままごと」主宰の柴華男が「急な坂スタジオ」のレジデント・アーティストなので、無償で稽古場を貸してもらったりと多大なサポートをしてもらっています。

協力

「わたしの星」の場合、「キューブ」と「ボックスコーポレーション」という芸能事務所の名前が記載されています。この2社は『わたしの星』に出演しているキャストが所属している芸能事務所で、マスコミへの広報を協力してもらったり、テレビ局のプロデューサーやディレクターを公演にお誘いして頂いたりと助けて頂きました。

企画制作

企画制作は、企画者や発起人に当たるかと思います。もともと『わたしの星』の企画が生まれたのは、劇場から『『わが星』を高校生と一緒に作ってみませんか?』という依頼があったのがきっかけだったんですよ。ちららとしては、それならば高校生と一緒に新作を作りたいということで、お互いのアイデアが合致して『わたしの星』になりました。

主催

主催は、催しや行事を開く際に中心的な役割をする人物及び団体のことを言います。今回の企画であれば、劇場である三鷹市芸術文化センター星のホールを運営する「三鷹市芸術文化振興財団」(現・三鷹市スポーツと文化財団)がそれに当たります。

チケット収入は主催(劇場)から作品制作依託費もらって、そこから予算を組んでいます。この場合、来客が芳しくなかった(チケット収入が少なかった)としても劇団側がリスクを背負わなくていいというメリットがあります。ただし主催には名前が載らないので、予算が足りなかったとしても助成金の申請などは出来ません。

演劇公演の主催クレジットを見てみると、どのような仕組みで公演が成立しているのかわかったりして面白いかもしれませんね。

惑星を周回するかのように彼女たちは舞う。柔らかなライティングが美しい



スタッフ・クレジットもいいけど……
CDジャケットの規定文もおもしろい!

ここまでではスタッフ・クレジットに関して紹介してきたが、「早送りしたり、読み飛ばしがち」という意味ではCDジャケットの規定文も負けない(?)存在だ。ここでは数多くのCDジャケットを手がけるデザイナー、木村 豊さんの「規定文の考え方」をお届けする。なおこのテキストは、3月末に発売する書籍『死んだらJ-POPが困る人』、CDジャケットデザイナー 木村 豊からの先行公開となる。

●著 江森文晃 ●写 畠本 夏[studio track72]

「チャイナカフェ／高橋徹也」
AD+D:木村 豊[Central67]
P:沢田英郎 Hair & Make:照葉功次郎
1997/キューシュミュージック



『死んだらJ-POPが困る人、
CDジャケットデザイナー 木村 豊』
CDジャケットデザインの第一人者、木村 豊。
手がけているアーティストは、スピッツ/椎名
林檎/木村カエラ/ユニコーン/アジアン
Superflyなど多数。この本は、そんなトップデ
ザイナー木村 豊が自身の仕事、そしてデザイン
の考え方について語り下ろした書籍です。
定価：本体1600円+税/216ページ/A5判
エムディエヌコーポレーション

タイトルや曲目の文字組みとは別に、僕が密かに力を入れているのが、「規定文」のレイアウトです。規定文というのは、著作権などを管理するため表記されている、「このCDは一定期間貰或許諾商品ですが、この期間経過後も権利者の許諾なく貿易業に使用することを禁じます……」というようなテキストのことですね。大抵その近くには、レコード会社のロゴやバーコードなど、管理や流通のために「入っていなくてはならないもの」が入ります。

ここにこだわり始めたのは、高橋徹也の「チャイナカフェ」あたりのことだったと思います。縦長の文字ボックスに、すべて「尻削」と組んでいて、なおかつ曲目は一番下。本来は邪魔なはずの規定文を、写真の飾り紙のように見せられないかと考えたんです。こういう発想に行き着くまでは、規定文も仕方なく入れていた部分がありましたが、手法によってはデザインのサポートにつながることがわかって、今となっては規定文のことが大好きになりました。逆に規定文やロゴマークの

要素が少なすぎると、ジャケットっぽくならないというか、「製品」として着地できていない気持ちになってしまいます。

あるデザインの専門学校生が「架空のCDジャケット」という課題でデザインしたものを見たことがあります。そこにもダメーの規定文やバーコードが入っていました。一般流通する売り物ではないので必要がないにもかかわらず、入っていた。それはやっぱり、規定文がデザインにための安心材料になってしまったということだと思います。いつ

ばう店頭に並んでいるインディーズのCD-R作品なんかを見てみると、バーコードもなければ規定文も入っていないくて、あれはあれで手売りのプライベート感があつていいとは思うんですが、やっぱり「製品」という感じはしませんよね。

僕がこういうことをやり始めた頃は、レコード会社に「規定文は定型通りに入ってくれ」と何度も言われました。でも、そこにつっこみ抗っているうちに、慣れてくれたというか、誇めてくれましたね(笑)。決してルール違反ではないですか

ら、「入ってますけど何か?」「読みづらいけど確かに誤字はないからなぁ」という攻防戦を繰り返しながら、規定文の荒れ地を拓開してきたわけです。ある種の「嫌がらせ」の気持ちはあります(笑)。

そのわり、「読もうと思えば読める」という最低限のルールは守っています。だから、文学組みにはこだわる反面、フォントに関しては使うものが決まってきていますね。口

ダン、英素ゴシック、見出しぴシック……小さな文字なので、読みにくくなりがちな明朝体はほとんど使いません。

規定文のデザインでは、ひとつ事件がありました。椎名林檎の『能動的三分間』や『教育』『道難』では、規定文の近くに猫のシルエットを置いているんですが、この猫の尻尾をVirgin Recordsのロゴにつなげていたことがあったんですね。た

ぶん最初は「つながるよう見えるけど大丈夫か」とスルーされていましたが、あるとき故意だとバレてしまった。最終的には制作管理の人に「やめてくれ」と(笑)。「能動的三分間」の規定文は小さな文字ボックスに6分割。『教育』と『道難』は縦組みで、そこに猫を置くことで、規定文を読みやすいうに見せるという手法をとっています。

石橋英子『Imitation of life』は各曲に邦題がついていたので、和文は縦組み、欧文は横組み、規定文もそこに合わせて图形のように組んでいます。バックの写真が曲線なのでそれも引き立つと思いましたし、なにより文字にリズム感や強さが宿りますよね。宿らせてもしかたがないんですが(笑)。

木村カエラ『EIGHT』は蜘蛛の行く先を案内しているような組



『道難』/木村カエラ
AD+D:木村 貴(Central67)
2004/東芝EMI



『道難』/木村カエラ
AD+D:木村 貴(Central67)
2004/東芝EMI



『Imitation of life』/石橋英子
AD+D:木村 貴【Central87】
Cover Art:五木田智央 筆真:大野 真
2012/lechicity

み方を試しています。これは「思い入れのまったくない文書をどう組むか」というトライアルです。たとえば雑誌や新聞の場合には、読ませたいものは大きく立つように、というテキストのヒエラルキーがありますよね。その反面、規定文といふのは読まれることを前提としているものなので、そこを放置しておくのか、手をかけてやるのかというところにデザイナーのこだわりが出てくると思うんです。思想や感情のないテキストだからこそ、こういうことができるわけです。もしこれが歌詞だったら、やりすぎだと怒られる機能性がある。逆に、どう組んでも機能わなければ、1字たりとも動かせ

赤い公園の「公園デビュー」はDVDが初た回盤で、こういう作品の場合は苦労しますね。映像文もCDとDVDのディスク2枚分の分量が入りします。表示しなくちゃならない要素も2倍になります。映像とジャケットの制作が同時に進行していることが多いので、きれいに組んだものを土壤場でひっくり返されることも多くて、こちちは「密蔵したテキストのフォルム」としての美しさに命を賭けてるのに、もう、なんてことしてくれるんだ!という(笑)。

ボリュームの「Weeeeeeeeeeee!!!」

の規定文は、あえて文頭に句読点や促音を置いて、エラー感やグリッチ感を強調しています。この作業は単純に見えて、アプリケーション

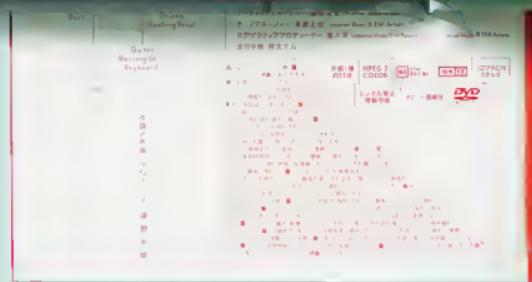
が自動処理してくれる"禁則"を無視することになるので、ちょっと面倒でしたね。

規定文の文字組みに関しては解説

規定文は、あえて文頭に句読点と冒号を置いて、エラー感やグリッシュを強調しています。この作業は、常に見て、アプリケーションが自動処理してくれる“禁則”を無視することになるので、ちょっと面倒でしたね。



『EIGHTB/木村カエラ』
AD+D/木村 豊 [Central67]
写真、野村浩司
2011/日本コロムビア



『公園デビュー／赤い公園』／
AD+D:本村 聰[Central67]
2013/EMI Records Japan

問い合わせ
インメン
方4番地
15-511

DVDビデオは想像以上に薄い
音声を高音質で記録したディスクです。DVDビデオ対応プレーヤーで再生して下さい。

ケット、次にそこにつながるブックレットの表4をデザインして、そこから規定文の入るバックインレイー書類でいうところの裏表紙にあたる

る部分ですねーを終わらせて、歌詞の入るブックレットは最後に取かかるという定例があるんですが、それは、なるべく体力のあるうち規定文に取りかかれないからですね。歌詞みたいに文字量の多いものはそこまで厳密に処理しなくてもきれいに見えてくれますが、まだ定文ぐらいの分量だと、そうはない。本来であればこういう部分は、そアシスタンントに組んでもらうべきところなんですが、頼んだとしても結構は細かく見直すことになるので、だったら最初から自分でやつてしまはう早いし、安心できるんです。

やっぱリデザインは細部に美が宿るというか、逆にいえば、細部さえ美しければ、たとえ表1にグチラグチャのイラストが書かれていても

も、それは意図的なものに見えてくれると想うんです。全身をボロボロの古着でコーディネイトしている人でも、すごく高いスニーカーを履いていれば、「あえて」の人に見えるというか。逆にいくらジャケットや写真がきれいで、規定文がガタガタだと、僕は庶民の仕事に見えてしまいます。

規定文のデザインというのは、つくづく特殊な作業ですね。冒険しても怒られないかわりに、評価もされない。アーティスト本人はもちろん、ディレクターからも褒められない。規定文は意味ですよ。ラフ出しや撮影に疲れた自分を癒す、意味の空間(笑)。ありがとう規定文、規定文フォーラバー、って気持ちでいますわ(笑)。



PORTFOLIO NO.45

YUDAI MARUYAMA

【ユウダイ・マルヤマ】

映像作家、写真家。1987年生まれ、新潟県出身。高校卒業後
アメリカに渡る。サンタバーバラシティーカレッジ映画学科卒業。
2014年、フリーランスとして活動を開始。ミュージックビデオ、
ファッションムービーをはじめさまざまなコンテンツで活動中。

● お材・エ 足立綾子

● 写真 谷本 夏 [studio track72]



『Napomia Nippon』SALU/MV Director YUDAI MARUYAMA 2016 /トイズファクトリー



「水原希子が見こすEMODA 2015AW新カタログ」Concept Movie Director YUDAI MARUYAMA 2015 EMODA





「Mr Tokyo - Mademayo」MV Director YUDAI MARUYAMA, Anton 2016 Privateclub Records

PORTFOLIO NO.45 YUDAI MARUYAMA



『Outside the Frame』 AKLO JMV Director:YUDAI MARUYAMA 2016 ハイズファクトリー



『SHELTER 2017 SPRING』Visual Movie Director:YUDAI MARUYAMA 2017 SHELTER



「Sleep Walking」 SKY-HI×SALU MV Director YUDAI MARUYAMA 2016. /「アイスファクトリー」



「Eyes feat. 10 & RYKEY」 SIMON MV Director:YUDAI MARUYAMA CAMERA:KENJI KITAZATO 2016 COME TRUE RECORDS

映像作家／写真家

YUDAI MARUYAMA

「アメリカから戻ってきたら東京がすごく新鮮で、その頃の感覚で撮っているので、自然と海外から見た日本の映像になる」

SALU、AKLOなどのヒップホップのアーティストのMVや、アバレルブランドの映像コンテンツなどを手がける気鋭の映像作家 YUDAI MARUYAMAさん。高校卒業後はアメリカに渡り、映像制作を学んだというその映像は、海外から見た日本という視点で撮影されているのが独創的。経歴や制作背景について伺った。

■映像に興味を持ったきっかけは?

僕、3歳くらいから映画好きの親のホームビデオカメラで遊んでいたようなんですが、その後「ハルマゲドン」を見始めたのがきっかけで洋画にハマって、小6の終わりくらいから中学校2年間、友達と映画をずっと作っていました。撮影の原理が分からなくて「マトリックス」「ミッション：インボシブル」「チャーリーズ・エンジェル」などのパロディを、当時流行ったスローモーションをまねて撮っていました。スローモーションはすごく好きで今でも手法として使っています。

音楽もエアロスマスの「アルマゲドン」の主題歌から洋楽を聴くようになり、リンプ・ビッグキットなどの当時流行りのPVを繰り返し見て、アメリカへの憧れを募らせしていました。高校2年生の時に、ホームステイで初めてアメリカに行ったら、ヒップホップをより聴くように。将来、映像制作の仕事に就きたいと思い、映画や写真などアート系に強いサンタバーバラシティーカレッジに進学しました。

■アメリカではどんな勉強を?

アメリカでは教わるといふよりも自分で作品を作りながら映像の基礎を覚えていくのですが、現地のアメリカ人と意見を出し合って試行錯誤したことで、技術力が伸びたと思います。映像制作に加えて、写真も一年間勉強しました。アメリカの13th WITNESSというカメラマンに憧れたのと、一コマ一コマ、スクリーンショットを取っても写真になるような映像を撮りたいと思って、写真も勉強したいなど。

大学を卒業する年に学校のアワードで、タイムラプスなど新しい手法を積極的に取り入れた作品が賞を獲ることができて自信がつきました。卒業後は、アメリカで活動することも考えたので

が、東京を知らずに地元の新潟からアメリカに渡ったこともあって、まずは東京で経験を積もうと帰国し、撮影スタジオで働き始めました。

■アメリカにいた頃は、日本のクリエイティブに触れていたのですか?

主にアニメですね。「AKIRA」や新海誠さんとの「秒速5センチメートル」の映像がすごく好きで。日本って、新宿って、こんなにきれいでたんだと日本の街並みに対する印象がいい意味で変わりました。

■現在の仕事につながるきっかけは?

スクショ勤務していた頃に渋谷のクラブでスナップ写真や映像を撮るなかで、VJやラッパー、ブランドディレクターと知り合い、その人脈から仕事に派生していました。

あとで、アコンブライズというアメリカのストリートブランドのオーナーが、僕のことをアメリカの学生時代からすぐ評価してくれて、ブランドのリリースイベントのムービーなどを撮っていたのですが、そこからChoosyというラッパーのPVのオファーがきたんです。その時に撮った「Fly Me To The Moon」のPVがきっかけでさらに仕事も人脈も広がったので、転機になった作品ですね。映像にもカムフォルニア感を感じすごく出せたので個人的にも気に入っています。

■海外から見たような映像というのが特徴のですが、そのあたりに意識は?

アメリカから戻ってきたら、東京がすごく新鮮で、その頃の感覚で撮っている感覚なので、自然と海外から見た日本のような映像になるのかな。

■MVを撮る時のおもな制作の流れは?

まず曲を聴き、だいたいのロケーションを決めます。頭の中に映像ではなく何十枚か写真があって、そのなかにアーティストを置いてみるんです。そのあとに歌詞を聴いて、こういうストーリー立てで編集しようと考えます。ロケーションは、屋上で撮るなら後ろに電車が走っているとか、背景に情報量が多いところを選んで、MVを何回見ても飽きないような画面にすることを大事にしています。

■丸山さんの手がけるMVでは、渋谷や新宿などの街がよく映りますが、ロケ地はどのように?

ロケ地はGoogleマップで目星をつけて、あとはほとんど歩き回って探しています。例えば、東京でニューヨークっぽく見えるところなど、(海外に見える東京)をよく探しています。そうやって年中ロケハンしたり、普段から撮りためた映像素材のストックの一部を、MVの合間にフックになるようなカットとして挿み込んでいます。あと、写真と考え方は同じですが、今の東京を残しておきたい気持ちもあります。渋谷の工事現場とか、その時期でしか撮れないものをMVのなかに取り入れたい。今までの作品で、東京をかっこよく見せる映像は撮れた手応えがあるので、次は地方をもっとかっこよく見せられるものを作りたいと考えています。

■「Mr. Tokyo / Madeintyo」はアメリカの人気ラッパーが東京の街を背景に撮影しています。

この仕事は、僕のインスタグラムにアップしたMVを見てオファーをいただきました。Madeintyoは、もともと横須賀の米軍基地に住んでいたことのある人なんです。「東京に戻ったぞ」というローカル感を出したいという要望があったので、ゲームセンターや渋谷の路地裏など、Madeintyoが観るに見えないようなロケーションを本人と相談して撮影しました。

■映像の色調も特徴のですがこだわりは?

東京を暗めの雰囲気で撮って、色調は海外っぽく調整しています。例えば「Outside the Frame / AKLO」のMVでは、題名が「フレーム外」ということで、都会から離れた千葉県の木更津市にある工場と渋谷で撮影していて、渋谷が真次元に見えるように、「ブレードランナー」の世界観を参考にしました。作品によって映像の質感は異なりますが、基本的にはフィルム感のあるものが好きですね。

■今後の展望は?

一番やりたいのは、日本のアーティストにフォーカスしたドキュメンタリー、英語の字幕を付けて、海外に向けて東京のアーティストを紹介していきたいです。あとは、もっともと映画を勉強していたので、いずれは自主映画も撮ってみたいと思っています。





創る。Vol.44

創るヒト



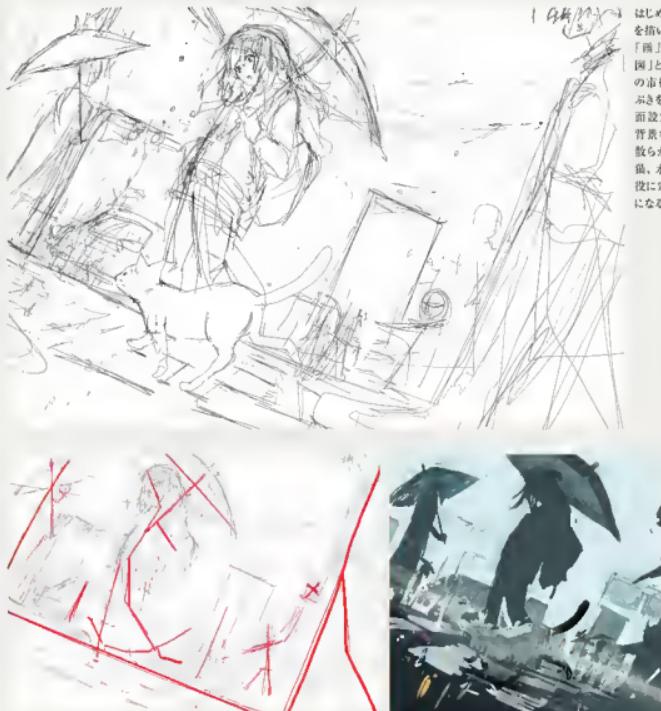
ryo5[シヨウゴ]

イラストレーター。上に野鳥の鳴き声を中心とした活動中。「最後の区たは猫を上げて鳥を型う」(二宮教人著、TO文庫)など。アニメーション、映像作品の表現を意識した時間の流れ、物語性、世界観の豊かな作風を得意。
[url.ryo-5.wixsite.com/ryo5](http://ryo-5.wixsite.com/ryo5)

Making Point

| イラストのコンセプトに沿ってラフから線画を描き起こす

01 作品の設定を決めてPhotoshopで大ラフを描く



雨模様の市街地をカメラで捉えたような、動的な印象のイラスト。本作は、Photoshopを使って描き込んだ絵にカメラ映像を模したさまざまなほかし効果を適用し、降りしきる雨粒や風景に対するリアルな空気感と距離感を演出していく。

はじめにイラストの設定を考え、大まかにラフを描いていく。制作にあたっては、あらかじめ「雨」「アニメのワンピース」「街並み」「橋」「風景」というコンセプトがあつたため、舞台は雨の市街地、横断歩道を渡る人々の間を水しぶきを上げて野良猫が駆け抜けているという場面設定で描くことにした。雨、複数の人物、背景など要素が多い絵になるため、画面が散らからないうよう、絵の中央手前の空間に猫、水、女の子の3つを配慮して画面の主役を定め、まずここに視線が行く見やすい絵になるよう意識する

動きのある絵にするため、赤線を描いて人物や物の輪を確認しながらラフの制作を進めていく(左)。輪が順に過ぎてしまふと動きの弱い画面になってしまったため、筆者の場合、今作のような動きの多い絵を描く際は、特にこの輪を重視している。およその構図が描けたら、軽く着彩して色が乗った完成時の見え方をイメージしておく

02

色バランスを考えながらざっくりと彩色する



ナビゲーター（ネル）で全体を確認し、色のバランスを考えながらラフに着彩していく（左上）。ひとまず全体を振り返めたところ、人物のシルエットと空との対比が強すぎて主役の街や雨が目立たなくなってしまうため、空の明るさを少し落として信号待ちする車のライトを強め、黒と雨がより際立つように調整した（下）



03

さらに色を乗せて
全体のイメージを掴む



全体の見え方が試めてきたところで、もう少し描き込んでイメージを固めておく。ここでは、雨に濡れて光が反射する手前のアスファルトや、横断歩道の白線を描き込んだ

04

下絵を参照しながら線画を清書していく



線画を整えていく。まずはラフを描いたレイヤーの【不透明度】を下げ、ラフを透かしてながら新規レイヤーを作成して下書きする（左）。その後、中央の女性の、他の人物、街をそれぞれ別の新規レイヤーを作成して清書していく（右）。ブラシは【基本ブラシ】から【ハードメカニカル】を選択。なお、今作では、線画や直線などのからちりした線は【ハードメカニカル】、光など柔らかな表現は【ソフトテクニカル】。その他の色彩の大半は【ハード円ブラシ】を使い、必要に応じてオプションバーで【不透明度】や筆圧のオン/オフを設定する



Making Point

| 清書した線画に色を乗せて各モチーフを整える

05

ベースの色と陰影をべた塗りする



線画を基に着色していく。今作ではアニメの塗りのテクニックを採用し、まずは線画の背面に新規レイヤーを作成してベースの色をべた塗りする。次にその前面に新規レイヤーを作成して[クリッピングマスクを作成]を適用後、レイヤーを[描画モード:乗算]などに設定して影を描いていく。ここでは主役の女の子、他の人物、猫を別レイヤーに分けて塗り、背景も適宜新規レイヤーを作成して、車やビルのアウトラインを整えて行った

06

動きを持たせながら
雨の筋や水しぶきを描く

キャラクターの前面に新規レイヤーを作成し、雨や水しぶきを描く。雨の跡の線は線画内の短いラインで表現したが、ブラシサイズや不透明度の筆圧感知設定を活用し、下部にいくほど線が細くなるように描画。また、前面の手筋ほど太く、奥ほど細くなるように強弱を持たせて遠近感を出した。さらに、ラインごとに向きをまばらに描くことで、画面に動きを持たせている

07

各モチーフを修正しながら整えていく



ひと通り描き込んだところで全体を確認し、描き込みと修正を繰り返して各モチーフや全体の見え方を整えていく。ここでは、まずは中央の女の子の体のバランスを整え、口元を柔ませるなどして表情がより豊かに見えるように調整した(左上)。その後さらに線画を詰め、[描画モード:乗算]の新規レイヤーを作成して傘の陰影を描画。さらに体に当たる光の具合も整えた(左下)。ライティングは車のライトが当たるイメージで、新規レイヤーを作成して[描画モード:オーバーレイ]に設定し、肌や顔を中心にもう一方の水色を乗せた。女の子ができたら、他の部分も描き進めでいく(右)

Making Point

細部を仕上げカメラ映像風の効果を加えて完成

08

特徴的な部分を捉えて
遠景のビルや車を描く



背景を描き込む。遠景にあるビルや車にはほどほかしをかけるため、細部よりも特徴的な部分を捉えることに重点を置く。ビルならば大きな陰影や窓、道路の案内標識ではペースト色の青と文字や記号の白というように、実際の街中でも離れた距離からよく見える部分を描き出していく。そのほか、ここでは空の情報量が少なく寂しい印象に見えたため、背景に【描画モード: 素算】の新規レイヤーを作成して雲を描き、密度を高めた

09

毛色をなじませながら
猫を描き込む



猫のディテールと足元の水しぶきを描く。猫の毛色は、3つのレイヤーにベース色の白、黒のぶち柄様、全体の陰影をそれぞれ重ねていたが、ここで模様の黒と白を混合ブラシツールでなじませながら塗った。また、水しぶきは大小の変化を付けながら、透明感、ハイライト、距離の音影が吹き込む表情を意識して描き込んだ(上)。そのほか、ここでは最前面に新規レイヤーを作成して【描画モード: スクリーン】に設定し、白黒のサイズをかけて映像フィルムのような粒状効果を加えている(下)

10

カメラレンズ風のぼかし効果を入れる



新規レイヤーを作成し、降り注ぐ雨を描き足す。ここでは、迫力と臨場感のある空間を描き出せるように、最も手前に降る雨をためのラインで描画(上)。さらにフィルターメニュー→「ぼかしギャラリー」→「チルトシフト...」を適用し、手前に降り落ちる雨に対してカメラのピントがぶれる感じや、雨の降るスピード感を演出する(下)



先ほどの雨と同様に、猫が跳ね上げる水しぶきも一部別レイヤーに分けて描き、「チルトシフト...」を適用して跳ねているイメージを描画する(上)。そのほか、ここでは背景の車やビルの見え方が強かったため、暗い色調のレイヤーを【描画モード: スクリーン】で重ねるなどして明るいし、空の色味に近づけることで背景のものが空に溶け込んで見えるように調整した(下)

11

不足部分を描き込んで
絵を仕上げる

全体のバランスを見ながら、不足部分を描き込んでイラストを仕上げる(上)。ここでは、傘に雨が当たる際の小さな水はねや、傘から水がこぼれ落ちる表情を描写(下)。雨の表現が一部強すぎるところがあったため、削除ゴムツールの【不透明度】の属性感知オブジェに設定し、少しずつ雨が強すぎる部分を落めていくなど、画面全体の見え方を整えた

12

フィルター処理で
近景と遠景の距離感を強調

描かれたところで(上)、最終的な加工を行っていく。ここでは、ぼかし処理による距離感の調整を行なう。まずは背景のビル群と車をそれぞれ1つのレイヤーに結合し、フィルターメニュー→「ぼかしギャラリー」→「フィルタードぼかし」を適用して遠景がぼけて見えるように加工。同様に、雨の各レイヤーも両面中央付近にピントが合うよう、「ぼかしギャラリー」→「虹彩絞りぼかし」を適用して画面端の雨の水滴にはかしをかけた(下)

13

色ズレなどの加工と全体の色調整を行い完成



映像のチエストを指すため、ここで画像を統合し、レイヤーを複数して「レイヤースタイル」→「レイヤー効果」を選ぶ。続けて【高度な合成】にある「チャンネル[R]」のチェックを外した後(左上)、移動ツールで画像をわざわざに動かし、色収差を抑えた色ズレをつくる(左下)。次に中央の猫と水しき、女子の女子に焦点が合うように「虹彩絞りぼかし」→「フィルター」を適用後、画像を再度統合して「ノイズ」→「ノイズ」を加える。「フィルターで粒状感を追加。最後に、若干渋く沈んでいた色味を「新規調整レイヤー」→「トーンカーブ...」で明るく整えて作品を仕上げた(右)

DESIGNING the MOMENT

グラフィックデザインや映像を生業とする江藤文惠が、「写真一発でデザインしてみたい」という想い。肩の影が枝とささかかな仕込み、ごどものじつけん植物もしくは植物など、常業柄から逸脱的新鋭感(△逸選)をもつて光と闇筋をラフ化しています。





スピーカーからオーディオストレーナーに、監修ひとりひとりのストローク。杏子の態度のよさ、「かわいがり」など、私が監修活動で行ったことの中に、絶対には新たなステップを踏み出さないといけないが、そこには、自分たちの「かわいがり」がもつていていた、大切な「かわいがり」があった。どのくらいかわいがっていいか、それは、自分たちの「かわいがり」が、自分たちの「かわいがり」を尊重するための、実感を少し生じさせた、800分の1秒で身にした次のライン。長い旅を重ねた結果の、実感を少し生じさせた。

アニメやイラストのエフェクト表現をディープに追究!

『MdN EXTRA Vol.4

エフェクト表現の物理学

爆発+液体+炎+煙+魔法を描く』



「爆発」「液体」「炎」「煙」「魔法」などの視覚効果演出=エフェクトをテーマにしたムック。アニメにとどまらず、イラストや漫画なども含めたエフェクト表現の描き方、楽しみ方を解説・紹介しています。

Graphic Design

定価 本体1,500円+税
120頁 オールカラー A4変型判
ISBN978-4-8443-6579-2

New Release

APRIL 2017

MdN MOOK Series

MdN 最新ムック紹介



定価: 本体1,667円+税
144頁 オールカラー A4変型判
ISBN978-4-8443-6439-9



月刊MdNにてマンガやアニメの領域のグラフィックデザインを取り上げた特集を集め、再収録したスペシャル号。その動向からノウハウまでを追える内容です。

月刊MdNで話題を得た特集をまとめて再収録!

『MdN EXTRA Vol.1

マンガ&アニメのグラフィックデザイン』

『MdN EXTRA Vol.3

乃木坂46 映像の世界』



乃木坂46の映像作品を追究したムック。乃木坂46のミュージックビデオ撮影時の写真、映像作家やメンバーのインタビュー／対談など資料性高くその内容に迫ります。

MV Making

定価 本体1,667円+税
124頁 オールカラー A4変型判
ISBN978-4-8443-6529-7



定価 本体1,667円+税
136頁 オールカラー A4変型判
ISBN978-4-8443-6495-5



マンガやアニメ作品の文字表現という視点で月刊MdNの特集や連載をピックアップして収録。クリエイターにからず、誰でもその文字表現の奥深さが楽しめる一冊となっています。

注目マンガ&アニメのタイポグラフィを楽しむ!

『MdN EXTRA Vol.2

マンガ&アニメのグラフィックデザイン
タイポグラフィ編』

本の詳細⇒ url. www.MdN.co.jp/Books/ ご購入⇒ 全国書店、およびオンライン書店にてお求めください

内容に関するお問い合わせ⇒ エムディエヌカスタマーセンター e-mail: info@MdN.co.jp

FLYING DICTIONARY

no. 32

イラストレーターのJUN OSONがフライング気味に言葉をイラストで解説!

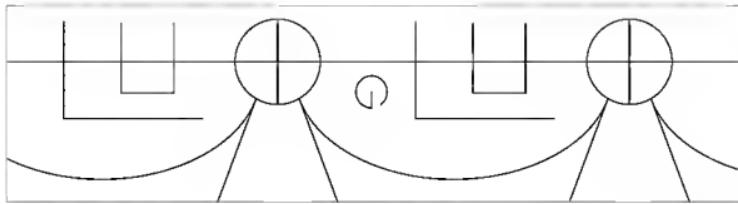
Monthly Word

Master [mæstər]

名 選人、支記者、(腕前の)優れた、(感情など)を抑える

『ルミナス英和辞典』新2版 研究社 より引用





DRAW by Daigo Ohira

井口皓太

第23回『僕の知らない世界』

2歳になる息子が「見る鉄」である。「見る鉄」とは、電車を見ることに重みを置いた鉄道オタクであり、不思議なことに乗ることにはてんで興味がない。電車が到着する場面や、出発する姿に半端ない興奮を覚えるらしく、休日はもっぱら四条河原町で観怠電車を迎える流れをリピートしている。「見る鉄」の鑑賞スポットの選び方は、ズバリ終点であることである。なぜなら、電車の滞在時間が長いからだ。「パパも見てみる」と指図され、一緒にになって首をひねって見たり、「前で見るぞ」後ろで見るぞ」とホームを行き来したり、「見る鉄」はとにかく忙しい。不思議に思い、自分の母親に「俺って小さい頃電車好きだった？」と聞いたのだが、覚えていないと言う。印象に無いということは、興味がなかったのだろうと察した。

そういうればあれは小学生の低学年だったか、クリスマスプレゼントにサンタクロースから、「Nゲージ」というかなりリアルなラジコンの鉄道模型が届いたことがある。幼いながらにアライアンスに囲ったのを記憶している。あれは今思えば、親父の趣味嗜好の強要だった。父親の懸に反して、ジャンプ台を作て吹っ飛ばしたり、線路にスライムを置いてつぶさせたり、駆け込み遊びをして、少年時代の僕の鉄道との間わりは幕を閉じたのであった。余談だが、親父が大切にしていた戦闘機のプラモデルの両翼に、ロケット火をつけて飛ばした時も、「ばかやろー」と呆れながらも笑っていた親父は寛大だった。何事にも慎重できちょうんな自分とまったく性質が違う息子を見るのが面白かったんだろうなと、親不幸ながらも今は分かる気がする。

そんな僕が、自分でもまかなのだが、今息子によって電車への興味の扉が開きはじめている。息子が「かっこいい、おっさいねへ、すごいね～」と念仏のように唱えるものだから「なるほど、これは人知の結晶、文明の傑作なのか！」と自分の中で鉄道の見方がアップデートされたのだ。極めつけは先日家族で行った「京都鉄道博物館」で見たSLである。色々な形をして、アルファベットと数字の記号を顔に付けてる彼らの堂々たる立ち振る舞いを見た時にガツンとやられてしまった。息子より先に「かっこい

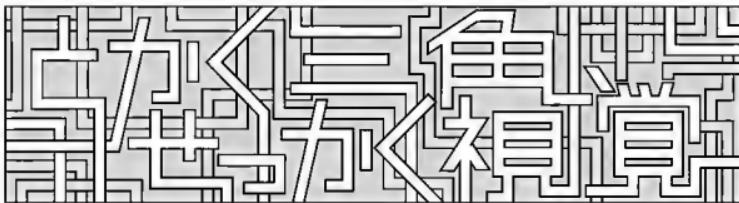
～」となってしまったのだ。自分の中で「なぜ？」の塊だったキャラクター「トーマス」との和解の瞬間である。周りを見るに、僕と同世代やさらに上のオジさんたちが、1人でここに来て、やや家族連れが多い中でありますように写真を撮っていることに気付く。「この人たちは、僕よりずっと前にこの魅力に気づいていたのか」と、今まで見てこなかった世界の存在を知るのであった。

息子がいつまで鉄道に興味を持つものかは分からぬが、その年齢によって刺激があるものは変わってくるだろうし、友人から影響を受けることもあるだろう。ゲームを買ってられと言われる日も近いかもしれない。車掌さんになんて言葉をかけられたら息子の初運転に乗車しようなんて要としたこともあるが、そんなに人生ストレートにいくもんじゃない。沢山の寄り道をしながら、いろんな世界を知り、広げながら成長するのだろう。2歳児の無限の可能性を感じながらも、その待ち受けは膨大な情報量を感じて疲れてしまう自分は、立派なオッサンである。

しかし、僕が30を過ぎてから鉄道の良さを理解したように、今だからこそ突き動かされることは多いのかもしれない。昔は自分の好きなものやこだわりは曲げたくない、他人に影響されたくないなんて思っていたけど、今ならばその面白さ、可能性に胸が躍る。デザインやアートといった世界では、そのインスピレーションの泉みたいなものに焦点が当たることも多いが、皆それぞれの人生で生まれた経験や間わり合い、他者の影響があるとするならばとても興味深い。

そんな文豪を書いている京都から東京に移動の途中、並走する真っ赤な名鉄（名古屋鉄道）を見つけて、一人心が躍ったのである。息子にも見せたかったー、と思う僕も今や立派な「見る鉄」なのだった。

【いぐちこた】 1984年生まれ。武蔵野美術大学基礎デザイン学科卒業後、株式会社「TYMODE」を創立。以後グラフィックデザインを軸にチームでのモノづくりを行い、TVCM、MVのディレクター、制作では、ミクシユーム、ミラノ万博などの空間的構成美術ディレクターを務めている。2013年には、所長やフレームを越えたクリエイティブチーム「CEKAU」を立ち上げ、京都と東京に拠点を置き活動している。主な実績にD&AD Yellow Pencil、東京TDC賞、NY ADC goldなどを。



DAII by Noboru Ohno

岡野 登

第23回『あの頃の自分に伝えたいこと。』

久々に懐かしい人たちと再会した時の事です。

SNSを通じて以前に勤めていたデザイン事務所の人から退社後初めて連絡が来ました。ギンザ・グラフィック・ギャラリーで、事務所の代表が個展をやるので、それに合わせて、久しぶりに集まろうとその当時のスタッフに一人一人声を掛けたのです。

事務所にデザイナーとして働いていたころは、ちょうどバブルの真っただ中で、日本中が活気にあふれ、泉のように湧き上がる資金が広告業界を潤し、メセナの名目で企業が芸術、アート、文化を構極的に展覧会やイベントとして発表しています。とにかく話題になつたり注目されることを目的としたものが街中を埋め尽くしていた、そんな時代です。

当時は博覧会ブームや地方活性化プロジェクトなど、ゼロから立ち上げた企画が、次から次へとあつという間に具現化していました。毎日がとにかく刺激的で、活気があり、展覧の早さについていくのに必死でした。自分たちが仕掛けた渦が、徐々に外に広がり、その輪の中心がこの現場なんだ実感しました。やがて5年を過ぎた頃、知り合いのデザイナーが、次々と独立していく中で、まだ自分の実力が世の中に通用するか分からないのに、なんとなく流れに任せのまま、予定よりも早いタイミングで独立することにしました。

独立してからは、事務所には連絡することも、顔を出すこともほとんどせず、次第に足が遠のいてゆきました。別に会社や仕事や人間関係が嫌になって辞めた訳ではないので、行きにいい理由もなかったのですが、独立した以上、やはり結果を出すというか、それなりに世間から認められるまで、中途半端な段階で顔を見せたくないと思ったのかもしれません。結局、タイミングを見失ったまま、きっかけもつかず、ずるずると時間だけがたっていったのです。

個展が開かれているギャラリーでは、カリグラフィと絵画で表現した新作と、アート、デザイン、演劇、イベント、雑誌編集など、クリエイティブ・ディレクターとして関わった軌跡がまとめて展示してあります。本人自ら展示についてのエピソードを語るギャラリーヴィーを聴く間、忘れていた記憶が少しづつよみがえってきました。

終わりの見えなかつた仕事の山とデザイナーとしての将来の不安など、無意識にフタをして海の奥底に深く沈めていたものが、泡のように湧き上がります。

ツアーも終わり、飲み会が始まるときメニューの箱の方も、料理の分け方も、あの時と変わらないこと気づきました。まるで、毎晩夜遅くまで働いて、忙しい会話を織って飲みに出かけていたあの頃のようです。

このメンバーでの会話は、話題が豊富で振れ幅が広く、それぞれの知識も深く、一つ一つの話に面白さとキレがあります。常にアンテナを広げて、面白そうなものを見つけてきては、いち早く取り上げて企画に取り入れていたりしたので、感度の高さ、反応の早さは、どれも半端でないすごさがあります。まだ、インターネットも携帯電話もなかった時代です。デザイナーとかプランナーとかライターとか関係なく、スタッフみんなが、普通に同じ次元で会話をできていたわけですから、知らず知らずに鍛えられてきたのだと思います。自由な発想やひらめきが、目の前で具現化したのを目撃してきたことで、自ら制限することなく自由自在に大風呂敷を広げられたり、実現不可能を恐れず、発言出来るようになっていました。直接、具体的に教わったということより、いつの間に身に付いていた感覚や体に染み込んでいた習慣が、後々何倍も何十倍も役に立っていたのだと改めて実感しました。

事務所を立ち上げて、今はスタッフを雇う間にいますが、自分が通ってきた道をなぞるように、ここを卒業してフリーのデザイナーやイラストレーターとして独立していった人がいます。自分が知らず知らずの間にか受け取っていた何かを、次の世代にちゃんと受け渡すことができるのか。そんなことをふとを考えながら、日々続いているのだと思います。

【かののひのぼる】1961年埼玉県生まれ。武蔵野美術大学卒業。1991年にCipherを設立。ポスター、チラシ、ブックデザインなど、マーク作品から美術高級作品で数多くの大賞受賞手がかり。その後TV番組やコンサート、CDやDVDパッケージの制作、装丁などさまざまなデザイナー活動を展開。著書に「映画宣伝のデザインをためた「MOVIE & DESIGN 神話伝説」(ワニブックス)など。e-mail: cipher@gs3-so-net.ne.jp

デザイン 見えないデザイン サイコメトリー

第33回

不気味の橋

この橋から見える風景は、あまりに美しく、
一度渡ってしまうと、もう戻りできないという。



方 は 機
● 表 し
みて ほ
し い で
す) 。
石 黒 氏
は 究 極
に ア ル
な ロ ボ ッ

す。単純化。戯画化された人間しか描けないのですが、それはそれで人間に見えたりするわけです。そこから技術が発達してくることで、どんどん本物の人間に近いイメージを作ることができるようになってくるのですが、ある程度まで近づいてきたところで急にリアルさよりも不気味さが勝ってしまうという逆転現象が起ります。そういう現象を表した言葉が『不気味の谷』ののです。何故『谷』なのかというと、その様子をグラフで表したと、人間っぽい『リアル谷』を縦軸に置くと、上かってくる直線が本物のちょっと手前でガクッと落ちて『恐怖谷』に転換してしまう。その様子が『谷』のよーなことから命名された言葉です。

CGだけじゃなくて、ロボットなどでも見られる現象だったりします。例えばASIMO

のような、人型だけれどリアルを追求していないロボットでも、意外に人間っぽく見えたりします。逆にリアルを追及した、ロボット研究者の石黒 浩氏の作るロボットは、見た目こそ人間に似せていましたが、どこか不気味さが漂っていました(文部省で説明するのは難しいので、ピンと来ない

一時期よく『不気味の谷』という言葉を聞きました。一体どういう意味なのでしょうか。例えばコンピュータ◎グラフィックスでリアルな人間を描こうとした時に、技術が発達していないとリアルに描くことができ

トを目指して製造・続けていますが、やはりまだ本物の人間とは遠く、特にムービーなどで動きを見ると、ホラーかと思うよう『不気味さを醸し出しています。

ちなみに、石黒氏は自分と同じ顔のロボットも作っていて、二人並んだ時にそっくりに見えるように、自分の顔を整形しているという気合の入れようです。石黒氏の顔自体が、少しだけ不気味の谷に反対側から落ちているとも言えます。もちろん彼のプロジェクトはアートプロジェクトとしても紹介されるなど『人間とは何者か?』という問いを含んでいるという意味で、意義深いものであると思います。

Information

3次元的な物質であるロボットに関しては、動きの面でもまだ道のりは遠いと感じますが、CGに関しては相当な所まで来ています。人間の目は、特に人間を見る時にかなり敏感に細かい部分まで感じ取ることができるため、ちょっとし

た連いで不気味さが生まれてしまうのですが、例えは『**黒**』のCGでの表現などはかなり進んできているようです。

人間の肌は、実は相当に複雑なテクスチャーを持っています。たた単に『**黒の色**』一色で塗りつぶすことは全くアラさが表現できません。肌の中を光が透けて入り、それが肌の中で乱反射したりすることで本物の『**黒の色**』が生まれているため、そこまでちゃんとコンピューター上でシミュレーションしないと、リアルな人間に見えてこないそうです。そういう複雑なシミュレーションをCGで行うには、かなりの計算が必要になります。しかし、今まではコンピュータの性能的に難しかった計算が、技術が進むことで可能になってきていて、それによってリアルな肌を描画することができ、不気味の谷へと進んできているのです。

こういう複雑な計算はもちろん肌だけなくて、目にも必要ですし、髪の毛なども大変です。しかし、CGの技術と合わせてコンピュータ自体の性能も上がってくることで、不気味さが克服されて来ているのは、とても興味深いてす。



それでも、もはやどこまでがCGでどこからが実写なのかを判別することは不可能なレベルまで来ています。『**ジヤングル・ジャングル**』という映画では、主人公の少年がチャンクルで動物たちと交流する話ですが、少年と幾つものセット以外は全てCGで作られています。登場するリアルな動物たちはすべてCGです。主人公の少年が実写であることから、映画の登場人物が表現する感情の機微まではまだCGには任せられないことが透けて見えますが、動物に関してはほとんど完璧に表現できています。逆に、1999年に公開された『**スター・ウォーズ**』のEpisode Iで、野心的に登場させられたフルCGキャラクター『**ジヤー・ジャーカー**』。『**ビシタス**』が、どこからどう見てもCGにしか見えず、常に画面の前でおしゃらけていることから、全然映画の中に感情移入ができない(という感人的な感想)ことを思い出すと、その技術の進歩具合には驚きを隠せません。

こういった『**リアル・ア・CG**』を語る上で、カメラの性能の向上も忘れるわけには行きません。カメラがどんどんデジタルになり、性能が上がってきてることで、映像自体にノイズがなくなり、実写映像がCGに近づいてきています。

ここにCGを合成しても、お互い歩み寄っていますから馴染みが悪いのです。昔前は、実写にCGを乗せると、CGだけが浮いてしまったりしていました。デジタルなイメージを実写に近づけるために『**異色星**』はノイズを乗せた『**フィルター**』などがある、均質なCGにワタとノイズを乗せてなじませないと不自然だったのです。そういう状況も実写映像側のデジタル化、低ノイズ化などによってCGの側に歩み寄ってきていたという状況があります。

また、ブリクラに代表されるような画像の後加工、顔加工アプリ、またはレタッチなどで修正を施したイメージが氾濫していることもアリティの感覚を変化させてしまっているように感じます。加工ではなくても『**白眉団**』のテクニックが進歩していくことで、CGの様な自体を作り出すことができる「**技**」も一般的に普及しています。それがネット上で出回ることで、人間自体のイメージがCGへと近づいてくるという現象も起っているかもしれません。

つまり、SNSで共有されてくる『**通過の人生**』では、CG化していくことで『**リアル・ア・人間**』という意味そのものが変化してきているということです。CGが進化して、実写映像がCGに近づき、『**何が本物の人間か**』と判断する人間側の感覚自体も歩み寄りを見せている。そのこで仮想空間に現れる人間の『**リアリティ**』が高まっているのです。

そうやって、いろいろな角度から不気味の谷に『**黒**』がかけられました。ほんとうの意味での『**黒**』、人間から少し離れた、理想のイメージとしての人間像が今までに作られていると言ふこともできるかもしれません。それは不気味という谷の上にかけられた橋の上、現実から少し浮いたところにある特異点。そこに作られる人間像とは一体なんなのでしょうか。それは人間の理屈の差なのでしょうか。それとも本当に不気味な何かを隠し持ったモンスターのうなものなのでしょうか。

『**不思議の島**』のように作られる『**新しゆり**』『**魔鏡**』が当たり前のものとして普及していく時に『**リアル・ア・人間**』の立場はどう変わってくるのでしょうか。カッコイイSNSアイコンの人間と会ったらそうでもなかったみたいな、もしかしたら現実側が『**不思議**』に落ちてしまうかもしれません。『**毎日2回より2回以上のものが良物**』と言っている人たちはすでにそういう感覚に至っているのでしょうか。あまりにノイズが多い、そして理想像とを追い現実の人間から目をそらし、情報のみに目線が写ってしまうような状況は、人類にとって本当に幸福なのかは今一度考える必要があるかもしれません。

千房けん輔(exonemo/IDPW)

アーティスト/プログラマー/ディレクター

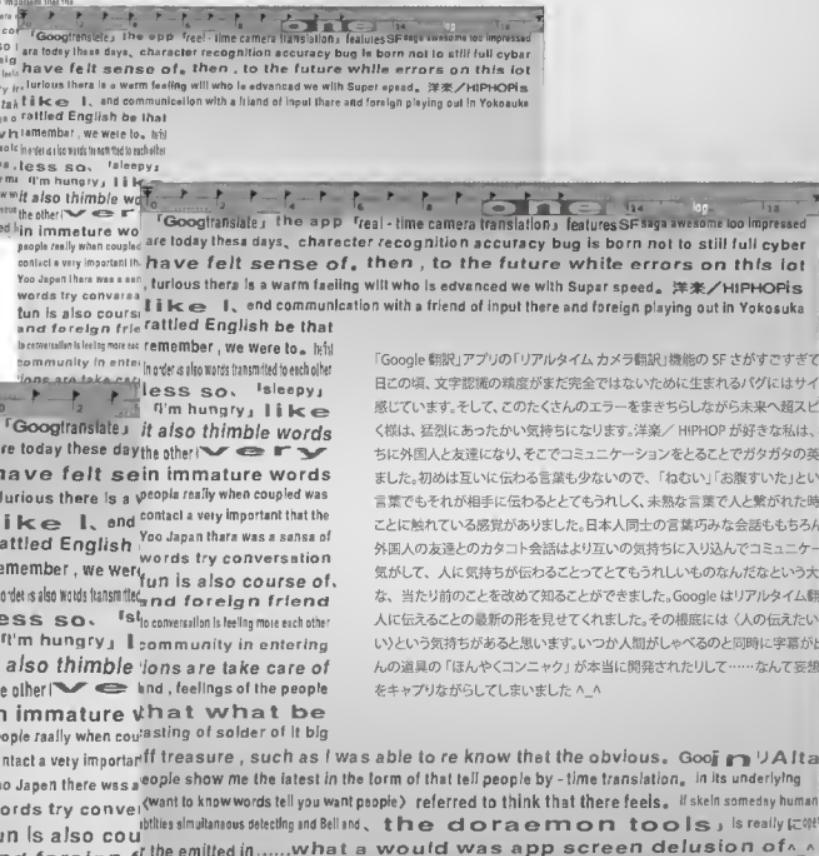
【せんばう・けんすけ】アートユニット、エキソニモ(exonemo.com)メンバー。IDPW (idpw.org) 正会員。エキソニモは赤岩やえと共に、インターネット発の実験的な作品群を多数発表し、ネット上や国内外の展覧会・フェスに多数参加。IDPWでは「インターネットと現場」をテーマにさまざまなイベントや展覧会を企画。またネット系広告キャンペーンの企画やディレクション、執筆家など、メディアを取り巻く様々な領域で活動している。Twitter ID: @1000b

MAIN SOURCE

By Hiroaki Kishi

きしひろみのMAIN SOURCE

VOL.20『Vol.20「Google リアルタイム人間力』』



「Google 翻訳」アプリの「リアルタイム カメラ翻訳」機能の SF さがすさぎで感動している今日この頃、文字認識の精度がまだ完全ではないために生まれるバグにはサイバーバンク感を感じています。そして、このたくさんのエラーをまきちらしながら未来へ超スピードで進んでいく様は、猛烈にあったかい気持ちになります。洋楽 / HIPHOP が好きな私は、横須賀で遊ぶうちに外国人と友達になり、そこでコミュニケーションをとることでガタガタの英語を覚えてきました。初めは互いに伝わる言葉も少ないので、「ねむい」「お腹すいた」といったシンプルな言葉でもそれが相手に伝わるとしてもうれしく、未熟な言葉で人と繋がれた時にすごく大事なことに触れている感覚がありました。日本人同士の言葉巧みな会話ももちろん楽しいですが、外国人の友達とのカタコト会話はより互いの気持ちに入り込んでコミュニケーションがとれる気がして、人に気持ちが伝わることってとてもうれしいものなんだなという大切な宝物のような、当たり前のこと改めて知ることができました。Google はリアルタイム翻訳によって人が人に伝えることの最新の形を見せてくれました。その根底には〈人の伝えたい言葉を分かりたい〉という気持ちがあると思います。いつか人間がしゃべると同時に字幕が出たり、ドラえもんの道具の「ほんやくコンニャク」が本当に開発されたたりして……なんて妄想をアプリの画面をキャップしながらしていました。^_^

きしひろみ · ドラえもん・ナナ

2007 年 galaxy 立ち上げ・デルクシヨンを経て 2013 年モラソラ設立。SF Inc. 所属
アーティストはじめとした、グラフィック・ロゴ・キャラクター・カッティング・パッケージデザインなど、幅広い分野で活動中。
主な仕事にももくろーばー Z 衣装・グッズデザイン、しゃりばらみばらコラボレーショングッズデザイン、
雑誌の表紙クリエイティブマガジンアートディレクションなどがある。

シシヤマザキのシシヤマケ岳

「雑記・屁と猫とカラスについてのぼやき」

盛り時の野良猫が、最近家の外で非常にアホづけ声で鳴いている。喉の調子がおかしいのか、その変な鳴き声のせいでの、また昨日と同じだとか分かる。2年前まで住んでいた家の近所でよく鳴いていた、同じく喉に疾患があるカラスのことを思い出す。本当に「アホアホ」と聞こえる。アホ丸出しである。アホじゃないかもしれないのに。このように、何があろうと絶対に暮らしの隙間に介入してくれる気の抜けた要素といふものによって、

実はさまざまなもののが保たれているのではないか、と思う。おならのような要素でも言おうか。ムードメーカーでありムードカラフ・シヤーのよう中間層である。そんなものに、私はなりたいとか思つてしまつ。

この一番氣の抜けたような存在になるのは、一見ラクそうで実は細心の注意を払わなければならぬ。なぜなら「意図せず出てしまった」よりも、「やさすき」など、2015年12月に初の両葉(フェイスマスク Face Face)を、2016年2月にCD「出かけます」発売。ライワークとして一日一組の劇「MASK」を毎日作り続けるプロジェクトを続行。自分自身をモチーフにしたアニメーションはPRADAや資生堂といった世界的なファッションブランドのプロモーションにも起用。url shishiyamazaki.com/

い。歌だったなら私は「猫踏んじやつた」よりも「七つの子」のほうが好き。カラスのかわいさというのではなく、実では猫のそれでは負けるかもしれないけれど、「七つの子」の歌に含まれるかわいさだけには誰も勝つことはできない。世の中にこれだけ多様なかわいさが存在する中で、この歌が運んでくれる愛おしい心のきらめきだけが一人勝ちしているといつても過言ではない。

そんなことに気づいた時、創作物の力が存在する。現実に屁を放つ行為が存在していく、それもとにわざわざ何かを作ることの意味って何なんだろう? どういうような問い合わせは作り手であればよく直面することだけれど、そんな時は猫

の「アホ」と聞こえる。アホ丸出しである。アホじゃないかもしれないのに。このように、何があろうと絶対に暮らしの隙間に介入してくれる気の抜けた要素といふものによって、

実はさまざまなもののが保たれているのではないか、と思う。おならのような要素でも言おうか。ムードメーカーでありムードカラフ・シヤーのよう中間層である。そんなものに、私はなりたいとか思つてしまつ。

この一番氣の抜けたような存在になるのは、一見ラクそうで実は細心の注意を払わなければならぬ。なぜなら「意図せず出てしまった」よりも、「やさすき」など、2015年12月に初の両葉(フェイスマスク Face Face)を、2016年2月にCD「出かけます」発売。ライワークとして一日一組の劇「MASK」を毎日作り続けるプロジェクトを続行。自分自身をモチーフにしたアニメーションはPRADAや資生堂といった世界的なファッションブランドのプロモーションにも起用。url shishiyamazaki.com/



シシヤマザキ

水彩画風の手描きストロークアニメーションを担当の表現方法として確立。代表作に「YANB-SEN & Go Go」「やさすき」など。2015年12月に初の両葉(フェイスマスク Face Face)を、2016年2月にCD「出かけます」発売。ライワークとして一日一組の劇「MASK」を毎日作り続けるプロジェクトを続行。自分自身をモチーフにしたアニメーションはPRADAや資生堂といった世界的なファッションブランドのプロモーションにも起用。url shishiyamazaki.com/

DATA GUIDE

明朝体(ヒラギノ明朝)／縦組みの組み見本

[W3]12Q／行送り21H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で

[W3]12Q／行送り23H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で

※詰めの設定などは基本行わべタ組みで組んでいます

[W3]12Q／行送り25H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で

明朝体(ヒラギノ明朝)／横組みの組み見本／キャプションの組み見本

[W3]12Q／行送り21H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当

[W3]12Q／行送り25H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画

[W3]12Q／行送り23H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画

[W3]9Q／行送り13H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒット

[W3]9Q／行送り15H

明朝体(ヒラギノ明朝)／小見出しと本文の組み見本

[W6]15Q+[W3]12Q／行送り21H

世界を変えるビジョン

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

[W6]17Q+[W3]12Q／行送り21H

世界を変えるビジョン

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時としては画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

ゴシック体(ヒラギノ角ゴ)/縦組みの組み見本

[W3]12Q/行送り21H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時は画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

[W3]12Q/行送り23H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時は画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

[W3]12Q/行送り25H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時は画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

ゴシック体(ヒラギノ角ゴ)/横組みの組み見本/キャプションの組み見本

[W3]12Q/行送り21H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当

[W3]12Q/行送り25H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当

[W3]12Q/行送り23H

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当

[W3]9Q/行送り13H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒット

[W3]9Q/行送り15H

世界的に知られるコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒット

ゴシック体(ヒラギノ角ゴ)/小見出しと本文の組み見本

[W6]15Q+[W3]12Q/行送り21H

世界を変えるビジョン

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時は画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

[W6]17Q+[W3]12Q/行送り21H

世界を変えるビジョン

世界的なコンピュータメーカーのOrange社は、代表のジョン・フジオカ氏が1989年に米国で設立した老舗。代表的な製品としては、2010年に発売されたラップトップパソコンのMdNbookが有名だ。この製品がヒットした理由として、発売当時は画期的なプロダクトデザイン、そして、使い勝手のよいUIが挙げられる。しかし、この製品が世界で名を知られるようになったのには、もうひと

MdN BACK NUMBER

バックナンバーの在庫内容は店舗によって異なります。
ご購入の際は常設取扱店にお問い合わせ下さい。



2017年 03月号 vol.275

2017年 02月号 vol.274

2017年 01月号 vol.273

2016年 12月号 vol.272

【特集】大相撲の美 デザイン視点で相撲を知る [特集2] GET THE INSPIRATION! デザインのひらめきアツブレする方法 [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(南沢 開)

【特集】キャラの声をフォントで再現する方法 [特集2] オンスクール×フォントの新しい風景 [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(袖智智留)

【特集】アイドル 物語をデザインする時代へ [特集2] それば自分の制作スタイルにフィットするか? 次世代のクリエイティブパール [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(レセマサキ)

【特集】CDジャケット90年代狂騒史 [特集2] クリエイターのひらめく クリエイティブの新たな可能性を隠す [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(オクダ リュウ)



2016年 11月号 vol.271

2016年 10月号 vol.270

2016年 9月号 vol.269

2016年 8月号 vol.268

【特集】絶対フォント感を身につける。2 [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(KagaMI) [付録] 小原子 絶対フォント感を身につけるためのフォント見本帳

【特集】ゆめ「君の名は。」後と彼女と、そして男が結ぐれ物語 [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(佐藤至沙)

【特集】名作デザインを再現するキーワクターの「リデザイン」 [特集2] 今も飛躍する大学生たちこの「ツール」 [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(坂本洋太)

【特集】表現者100人の「この作品を語らせろ!」 [特集2] 予習!表現者100人の「この作品を語らせろ!」 [連載] 予習!表現者100人の「この作品を語らせろ!」 [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(CATTELEYA TOKYO)



2016年 07月号 vol.267

2016年 06月号 vol.266

2016年 05月号 vol.265

2016年 04月号 vol.264

【特集】秦父江 健、宍戸宏人などによる「離婚」を題する企画。 [特集2] イラストとカラフルな [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(佐々木 健)

【特集】街並の造形 [特集2] シン・エーショングレーベンのソウル [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(10gauge)

【特集】カスカタオーラー カタログ37. [特集2] クリエイター、じぶんデザインの「アモイ」 [連載] PORTFOLIO 第一線で活躍するクリエイターに迫る連載企画(田村博太)

【特集】お校さん お嬢不二夫のDNAを継ぐものたち [特集2] マンガのカバーを書ける ニュー・ウェーブなフォントたち [連載] 人と人 クリエイター2人のテーマーク(木 先庸×森 岸太)

INFORMATION



定期購読のご案内

定期購読にお申し込みいただくと、職場や自宅まで毎月MdNをお届けします。また、定期購読はどの月からでも始められます。定期購読のお申し込みは、MdN Design Interactiveの月刊MdNのページ(url: www.mdn.co.jp/Magazine/teiki/)および、全国の書店、オンライン書店をご利用ください。

- 特別価格号も通常価格で購入できます
- 送料無料で職場や自宅まで毎月お届けします
- 定期購読はどの月からでも始められます



月刊 MdN の特集記事の一部が公開中

弊社運営のWebサイト「MdN Design Interactive」(url: www.mdn.co.jp/)において、月刊MdNの特集記事の一部を公開しています。公開日は雑誌発売日(毎月6日)に合わせて公開されます。発売日が土曜日に重なる場合は、公開日が前後することがあります。



「MdN」常備取扱店

【関東地区】 ●丸善 丸の内本店 tel 03-5286-8881 ●大蔵 日本橋店 tel 03-6214-2001 ●八重洲ブックセンター 本店 tel 03-3281-1811 ●喜多川ブックセンター tel 03-5296-0061 ●紀伊國屋書店 新宿本店 tel 03-3354-0131 ●ビックカメラ 新宿西口店 tel 03-5326-1112 ●芳林堂書店 池袋馬鹿店 tel 03-3206-0241 ●青山ブックセンター 本店 tel 03-5485-5511 ●MARUZEN&YUEN書店 渋谷店 tel 03-5485-5111 ●ブックオフ 渋谷店 tel 0422-28-5333 ●丸善 神田店 tel 047-410-8311 ●丸善 ラーナ川崎純糸店 tel 044-820-1869 ●文教堂書店 渋谷本店 tel 044-811-0003 ●ブックファースト 葛西店 tel 045-989-1781 ●三省堂書店 新宿本店 tel 045-475-9520

【中部地区】 ●ジンク堂書店 ロフト名古屋店 tel 052-249-5892 ■三洋堂書店 上野店 tel 052-251-6334 ●ジンク堂書店 名古屋店 tel 052-599-6321

【関西地区】 ●MARUZEN&YUEN書店 田町店 tel 06-6292-7363 ●ブック堂書店 大阪本店 tel 06-4799-1090 ●ブックファースト 田舎店 tel 06-4795-7188 ●ブック堂書店 千日町店 tel 06-6635-0330 ●ブック堂書店 三宮店 tel 078-392-1001 ●mikiten gallery & cafe tel 078-362-1170

【九州地区】 ●久文堂書店 小倉店 tel 090-514-1400 ●紀伊國屋書店 真鍋本店 tel 092-434-3100 ●ブック堂書店 福岡店 tel 092-738-0002

■ご購入のお申込は、全国の書店、およびオンライン書店にて。パックンバーは常備取扱店にてご購入可。在庫内需は店舗にてお申込下さい。■内容に関するお問い合わせ エムディエスカスタマーセンター e-mail: info@mdn.co.jp



電子版発売のお知らせ

月刊MdNは紙の本と同時に電子版の販売も行っております。電子版は以下のオンラインストアからご購入可能です。

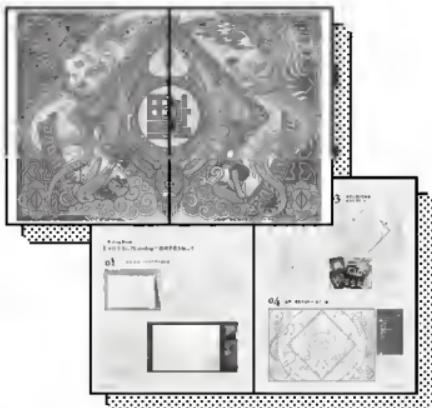
- Kindleストア → www.amazon.co.jp/
- マガストア → www.magastore.jp/
- 雑誌オンライン+BOOKS → www.zasshi-online.com/
- 楽天kobo → rakuten.kobobooks.com/
- Newsstand → itunes.apple.com/jp/app/yue-kanmdn-emudieni/1d794775229?mt=8



JISEN

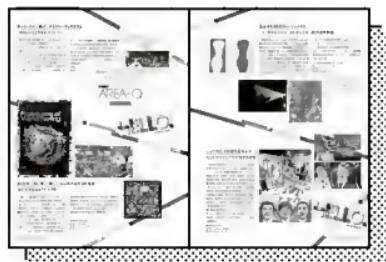
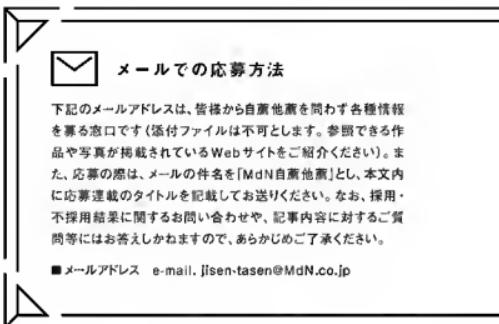
自薦他薦問わずクリエイター募集

募集を行っている連載記事



「創る。」

この連載では、PhotoshopやIllustratorといったアプリケーションを用いて制作されたイラストレーションやグラフィック作品を見聞きで掲載します。さらに、その制作工程を数ページにわたって解説していきます。ご応募の際にはメールにて過去作品や未発表の作品を見ることができるURLをお送りいただくか、郵送にて実際の作品をお送りください。作品制作に尽力しているクリエイターのみなさまのご応募をお待ちしています。



「HELLO NEWS&TOPICS」

クリエイターが気になるニュースやトピックを紹介する巻頭連載。デザインやグラフィック周辺のイベント紹介はもちろん、コンペティションのお知らせ、フォント関連のニュース、クリエイティブなガジェットやアート、その他ニッチなピックまでクリエイターの好奇心をくすぐる最新のニュースをお届けしています。この記事にニュースなどを掲載希望の方は、メールにて情報をお送りください。

TASEN

MdNでは、各連載で誌面を飾ってみたいと考えるクリエイターやデザイナー、イラストレーター、フォトグラファーなどを随時募集しています。下記の応募方法をご確認のうえご応募ください。

応募方法

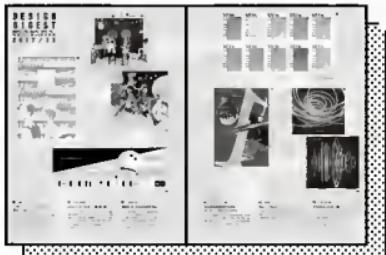


郵送での応募方法

作品を郵送でお送りいただく場合は、郵便番号、住所、年齢、職業、電話番号、メールアドレスを明記のうえ、作品データもしくはポートフォリオを下記の宛先までお送りください。なお、作品の返却を希望される方は、その旨を明記していただきますようお願いいたします。

■宛先 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-105
神保町三井ビルディング
(株)エムディエヌスコボレーション
月刊 MdN「自薦應募」係

編集者、ライターも募集中！



「DESIGN DIGEST」

街やメディアでよく見る広告や装丁、CDジャケットやWebサイト、アプリケーション、パッケージなど編集部でピックアップした「いまのデザイン」を紹介するコーナーです。この連載に掲載希望の方は、メールにて作品やその情報が分かるWebサイトのURLをお知らせください。ご自身の最新のお仕事や作品の紹介はもちろん、最近見かけたかっこいいデザインの他業も大歓迎です。



記事を企画／執筆したい外部スタッフ募集

クリエイティブ情報誌の月刊 MdN では、特集や連載記事の編集者、ライターを募集中です。今気になっているクリエイションを、記事として全国の読者に届けてみませんか？ご応募の際にはご自身で今までに手掛けた企画や記事の情報を合わせてご連絡ください。メール、郵送どちらでもかまいません。

こちらに掲載している
記事以外も募集を
行っております。

MdN 04 2017 APRIL vol.276

EDITOR'S VOICE

◆ただいま、墨絵「死んだらJ-POPが困る人、CDジャケットデザイナー 木村 墨」を制作中。スピッツ、椎名林檎、東京事変、木村カエラ、ユニコーン、アジカンなどさまざまなアーティストのCDジャケットデザインを手がける木村 墨さんの本です。昨年まで月刊MdNで連載していた木村さんの記事をベースにしつつ、大幅にリライト&加筆。音楽のビジュアルにちょっとでも興味がある方、例えばナタリーをフォローしていてTLに流れてくれる新ジャケを眺めて「いいな~」と思うような方に読んでもらいたい。多くの人に聞かれた本です。3/27(月) 発売予定! (本)

◆最近、「よこそ、アムステルダム国立美術館へ」(2008)を見ました。美術館の改修をめぐって館と活動家と政府とで泥沼化していく、もはやコメディのようなドキュメンタリー。みんなくたびれていく中、アジア館の学芸員、フイキさんだけが輸送されてきた金剛力士像を開封して目をキラキラさせていたり、とにかくキュートでした。すばらしい仏像「男子……」、ということで次号は仏像特集、ではなく、アニメスタジオTRIGGERの紹特集です。拙意制作中! (野)

◆ミーゴやビッグ・ジョンの新譜を聴いていると、クオリティが高過ぎて、トラップヒップホップやはい!アメリカが最高だなと実感します。なので日本のヒップホップでは独自の音が聞きたいと思っていたら、なんとNORIKIYOやBES、そして匠にDEA先生がトラップじゃない新譜を出すのが情が! CGC世代にはこれほど楽しみなことはおません! (平)

◆毎年、どんなに春に入ったのでも必ず手袋を片方なくし、なんとかならないものかと思っていたのですが、ふと昨年から指なし手袋を使ってみたら、案外寒くなく、スマートフォンなど手袋をついたまでも操作ができるので便利に! 暫脱する頻度が減ることで、今頃の冬こそは手袋をなくすことなく、春を迎えるのではないかと期待しています。さて、どうなるやら……(大)

◆ごまかしに、会社のある神保町から江東区にいる家まで徒歩で帰ります。東京の東部は一駅ごとにがらりと表情が変わるものもあり、時代的なイメージで言うなら、神田は昭和、三越前は大正、人形町は江戸。……で、隅田川を渡って平成に帰ってくる安心感。たかだか70分程度の道のりですが、なんだ壮大な時代旅行を体験してきたような気分になって、ついつい最寄りのコンビニで缶チューハイを買って家一杯やりたくなるのです。もう明け方なのに。(田)

NEXT ISSUE

MdN 05 2017 MAY vol.277

特集1

TRIGGER

若きアニメスタジオ「トリガー」の5年半。(予定)

2017年4月6日(木)発売予定

訂正とお詫び

本誌(月刊MdN)にて、以下のよう誤りがありました。ごとに訂正してお詫び申し上げます。

◆2017年1月6日発売の本誌2月号(vol.274)の「HELLO」の記事中、P01の「最後のシングル『ライター』が玄関に生み出す空の心の声」の中で、URLに誤りがありました。正しくは「www.rockmon.co.jp/product/track/143388」となります。

◆2017年2月6日発売の本誌3月号(vol.275)の特集「太陽の翼」記事中、P05の「一人前の力の翼」「大原さく」の個版のキャップシングル「力の翼」の歌詞(もみよおき)のキャプションを記しておきました。正しくは、「おはが譜音の歌のようを形をしている『太陽のあわい(かきう)』」と呼ばれます。十問以上の方のみが結構お読みになっていたい」となります。

※本誌に掲載されている原稿、写真、イラスト、図版などを記載の際ある場合は全健を無断で転載、複数、使用することを禁止します。

※本誌における製品およびサービスなどをすべての価格表記は、消費税等が含まれた税込表示方式になっています。

※記載の解説や回答欄等は、Photoshop CC、Illustrator CC、InDesign CCで行っています

発行人
藤岡 功 ISAO FUJIOKA

編集長
本信光理 HIKARI MOTONOBU

編集
野口尚子 HAOKO HOGUCHI
平野拓男 TAKUO HIRANO
大高圭子 MAYUKO OTAKA
田中達也 YUHI TANAKA

アートディレクター
木村由紀 YUKI KIMURA
[MdN Design]

デザイン・製作
森崎由里里 YUKARI AKAMATSU
田中聖子 SHOKO TAHAKA
黒田彰加 AYAKA SHIMADA
富谷 甘 BATSOSHI TOMITANI
[MdN Design]

編集補助
足立綾子 RYOKO AODA
田代真理 MARI TASHIRO
山口 俊 YU YAMAGUCHI

出版実業
説田泰明 HIROAKI MORODA
竹内瑞美 HARUMI TAKEUCHI
宮本真裕 MICHIRU MIYAMOTO
酒 亨治 TAKAHARU SAWA

広告企画
鈴木淳也 JUNYA SUZUKI

東邦音楽
森井美恵子 MIEKO FUJII
宮内津子 ATSUKO MIYACHI

本誌ロゴデザイン
Right Graphics

印刷
大日本印刷(株)

[発行]
(株)エムディエヌコーポレーション
〒101-0061 東京都千代田区神田神保町一丁目105番地

[営業]
(株)インプレス
〒101-0061 東京都千代田区神田神保町一丁目105番地
tel 03 6837 4635

[販売業者]
e-mail info-ad@MdN.co.jp
url www.MdN.co.jp/ed/

[客様専用]
エムディエヌカスタマーセンター
e-mail info@MdN.co.jp

MdN
DESIGN & GRAPHIC

DESIGN DIGEST

BOOK/PACKAGE/POSTER/

WEBSITE/CD JACKET/ETC.

2017/04

●文 足立穎子



01



02



03

01 | CDジャケット

加山雄三の新世界／V.A.

加山雄三の生誕80周年を記念して制作された、人気アーティストによるREMASTERアルバムのジャケット。若かりし頃の加山の写真、レトロ風のスタイルロゴやタグラインと、ビビッドな背景色の組み合せがおもしろい。

02 | 表丁

再起動／岡本 學

宗教で起業した主人公が恥いがけない医間に巻き込まれる中編小説の表丁。数種名の「リブート(再起動)」数にちなんで、タイポグラフィの周りにレシコンの再起動のアイコンや電子回路などのイラストが描かれている。

03 | 商品パッケージ

AUDREY チョコレート

いちご専門の洋菓子店「AUDREY」の、新商品となるチョコレートのパッケージ。少女のリボンがデザインのポイントになった「オーデリーラブレット」など全3種類で、どれも可憐なイラストが魅力的だ。

ARTWORK: 01 西野未紗 02 トヨミュージック

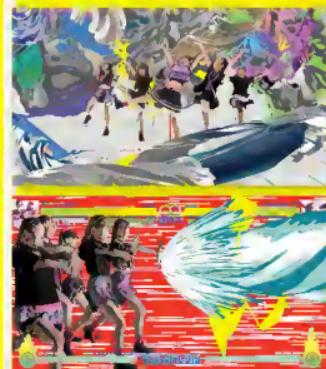
03 AUDREY 沢島真美 04 吉野圭紀 05 ブレジール



04



05



©Sony Music Records

05 | 裁丁

かもめのことはよく知らない／中田いくみ

町合がある海辺の街でつづられる伝奇小説「おもん」バス満面の暴丁。深い色調のイラストに、横組みで配置された船のタイヤグラフと水玉のビンゴの雪光色がきりっと映えていて、詩的ながらもポップな印象だ。

□ 書 夢見 (imagejack) □ KADOKAWA



06



04 | プロダクト

iittala×Issey Miyake
ホームコレクション・バッグ

イッセイミヤケとフィンランドの食器メーカー、イッタラのホームコレクション1周年を記念したバッグ。独自の高度な折りの技法により作られ、折りたたみができる機能性と美しさを兼ね備えている。

□ Myoko Design Studio □ iittala

06 | MV

激ヤバOOボッカーン!!/
妄想キャリプレーション

妄想キャリプレーションのニューシングルのMVは格闘ゲームがモード、メンバーを3Dスケルletingモーションさせたり、3Dのバーコード要素を取り入れなどといった、インパクトあふれる演出がさんざんに詰り込まれている。

□ 映 岩利陽 (アマナ真次)、大橋 実

□ ソニー・ミュージックレコード



07 | CDジャケット・キービジュアル
平凡/ドレスコード

ドレスコードのニューアルバムのキービジュアル(左)は、ボーカルの志麻道平がトレードマークの長髪を切り、シックなスタイルに身を包むという今までのイメージを覆したもの。ジャケット(右)には、リアルなマキシシングル写真を採用。

■AD:Q Enlightenment ■P: 関根 幸
■LL:EVIL LINE RECORDS



07



08 | プロダクト
REMIX DON

音楽の「1ミックス」にもなんて、自分でみの食事のアレンジが楽しめるユニークなコンセプトのどんぶりシリーズから、子供サイズのどんぶりとトレイが新発売。80年代をほうふつとさせるリズミカルな柄が楽しい。

■AD:Q 朝原知美 ■P: イントー



09

09 | アーティスト写真
清 竜人25

4月にリリースされる清 竜人の新アーティスト写真。「一夫多妻制」という今までのビジュアルコンセプトからはかけ離れた、アバングギャルドなフレッシュ&ガインパクト絶大だ。

■AD:本吉 実 ■P: 鹿嶋貴哉 ■LL:EVIL LINE RECORDS ■LL:トイズファクトリー



10



10 | チラビジュアル

舞台版 ドラえもん
「のび太とアニマル惑星(プラネット)」

3月より再演される舞台のチラビジュアル。声のみの出演となるため、シルエットと絵で表現されたドラえもんの中にメインキャラクターが吸きこまれている。両サイドの見切れた英字のタイポグラフィスタイルが印象的。

■監修 江口伸二郎 ■原作 山平敦士 ■制作 サードスター



11 | MV

The Cut / Rirical Nezzance

アーデル・オササンズによる期間限定コラボレーションユニットのMV。16個のテレビ画面を定点カメラで捉え、テレビ画面上ではシンバが16分割、4分割、全面画などで映し出されながら展開していく。

■監修 ホンマタキ / キムヤヒロ (PERFECT SMILE DUO)
■レーベル T-Palette Records

12

12 | CDジャケット

男はアイツだけじゃない／ベッド・イン

ベッド・インのジャーフース・シングは、90年代初頭を思わせるビジュアルやフォント違いながらも、文字要素が重なった現代ならではのレイヤー感が取り入れられているのがおもしろい。左が初回限定盤、右が通常盤。

■A面 [CD] 木村聰 (Central 16) ■B面 中野雅久
■レーベル キングレコード



TRY PRINTING!



TRY 27

Tシャツ

CREATOR

イラストレーター 神保賢志

PRINTING COMPANY

印刷の通販 グラフィック

毎回さまざまなクリエイターが印刷通販サービスを活用して作品を制作する本企画。
今回はイラストレーターの神保賢志さんが「印刷の通版 グラフィック」でTシャツを作成。

階調の豊かなイラストを生かした、魅力的なTシャツができあがった。

● お材・文 福集部 ● お手 畠木 夏 [studio track72] ● イラスト 田中恵子 [MdN Design]



生地色に合わせ配色を微妙に変えてデザインした

「印刷の進化 グラフィック」のTシャツプリントサービスは、仕上がりのイメージに応じてインクジェット方式と転写方式を選択できる。

今回は、イラストレーターの神保賀志さんに、ロックバンド・おとぎ話のアルバム『ISLAY』のために描いたイラスト素材を使って、白とネイビーの2色のオリジナルTシャツをデザインしてもらった。これまでにもシルクスクリーン方式でキャッチャーなTシャツを数多く制作してきた神保さんだが、ここで試してもらったのはインクジェット方式。素材に直接プリントすることができ、シルクスクリーンよりも色数が多い表現に適している。白や淡色の生地へのプリントには、フルカラー

のインクだけで地色を生かした仕上がりに。ネイビー や黒のような濃色の生地には、ホワイトを加えてプリント。地にホワイトを敷くことで、濃い色の上にもはっきりとカラーを再現することができる。

「白地のTシャツは、イラスト部分が生地に柔らかく馴染んでいました。濃色のネイビーは、プリント面はパリッと存在感があり、ホワイトだけで表現した人物の線部分もきれいで発色していてよかったです」

今回はプリント面積・大で各色10枚ずつの計20枚を制作して、費用は51,800円。階調が豊かでカラフルなイラストを使ったTシャツを作りたい人には最適なプランとなるはずだ。

イラストレーター 神保賀志

【じんぱく・かとし】イラスト・漫画・デザイン・映像など幅広い活動。既存感のあるものをエンタメして作品を制作する。おとぎ話のアートワークやMVなども手掛けている。

url: www.jimbokuro.com

印刷の進化 グラフィック

最新鋭の高精細印刷や特殊加工、多様なオリジナルグッズ制作も展開する印刷出版会社。プリントするTシャツはさまざまなタイプから選択可能で、オリジナルでイラスト・トーンマークシートといった加工もOK。

url: www.graphic.jp/

グラフィック
はっちり!



人物の部分は、生地と
の間に毛を混ぜてどちら
も畳の上で表現

フォントの ショーケース

このデザインの、あのフォント。

デザイナーに求められる知識は多岐に渡りますが、
その中でも、言うまでもなくフォントはすべてのデザイナーが扱う
必要不可欠な要素です。ここでは、そんなフォントに焦点を当て、
魅力的な実例から、フォントの活用方法を紹介します。

● 田村・吉山口 俊 ● 罗宾·杰克·夏 [studio track 72]



ROCK

和文と同フォントの英字で
雰囲気に統一感を持たせる

メインタイトルの欧文部分は、和文と同様にデザイン毛筆フォント「TA漢篆筆」(スキルインフォメーションズ)がベース。サイト全体の「相模×アイドル」というラコンセプトに合わせ、エレメントの一部を筆の勢いが感じられるように加工した。

博櫻場所

文字のハネを強調して
対決らしい勢いを表現

メインタイトルの文字は、デザイン牟礼フント「TA演芸者」(スキルインフォメーションズ)がベース。イベントが国際投影で行われるので、相模をイメージさせる江戸文字学の書体の中でも、特に威勢のいい書体を選んで実験した。さらに、アイルド同士が対決する企画のために、文字のハネを強調するなどして、より勢いづいて見えるよう加工している。

CASE 1

江戸文字風書体で「相撲×アイドル」を表現

Webサイト「つぶやきFES 博櫻場所 ~ GUM ROCK FES 2 ~」

●Director: 田村英平【電通】 AD: 清野信成【電通】 相楽賢太郎【電通】 Copy Writer: 仁藤安久【電通】 高藤祐紀【電通】 Planner: 田母神【電通】 伊勢田世山【電通】 Creative Producer: 砂井由美【電通】 Account Executive: 土居正臣【電通】 村瀬織男【電通】 長田祐樹【電通】 O: 柚木春子【アドブレーン】、杉本梨絵【アドブレーン】、高巣美由美【アドブレーン】、藤村美帆【アドブレーン】、中野要梨【アドブレーン】 Retoucher: 津金卓也【amansa】、安津都志【amansa】

両国国技館を舞台に、HKT48と釋由加46がさまざまな対決を行なうイベント「つぶやきFES 博櫻場所 ~ GUM ROCK FES 2 ~」の公式サイト。イベントでは、ファンがTwitterでつぶやいた企画をもとに、ライブステージやさまざまな対決が行われる。Webサイトは会場となる両国国技館のイメージから「相撲×アイドル」をコンセプトに、相撲の伝統的なマナーやトーンを押さえながらも、アイドルの対決イベントらしいポップさや勢いがミックスされたデザインとなった。



「つぶやきFES 博櫻場所 ~ GUM ROCK FES 2 ~」2017 /ロッテ

ADadeyf
RGrghsk
1234567

抑揚のある欧文書体に
伝統的な匂いをプラス
Font: Pistilli Roman

「MUSIC BATTLE」などの欧文見出しは、幾何学的で抑揚のあるデザインの「Bodoni」をベースにしたセリフ書体「Pistilli Roman」(Claude Pellerat)を選択。伝統的な雰囲気の装飾を施し、Webサイトの日本の世界観の中にエッセンスを加えている

6F

写植と活字風の書体でノワール小説の不穏さを

書籍「約束／イジー・クラトフヴィル（著）、阿部賢一（訳）」

●D:川名 淳[prigraphics]

ドイツ占領下のチェコ・ブルノで約十字型のナチ邸宅を建てた建築家。戦後、秘密警察に狙われて最愛の妹を失った彼は、復讐を誓って犯人を地下に監禁するが……。現代チェコ文学を代表する作家、イジー・クラトフヴィルが手がけたノワール小説。作品に流れる不穏なアンバランスさや、翻訳小説らしい雰囲気を強く意識し、独特の味わいのある写植書体などを使って表現した。

”

「約束／イジー・クラトフヴィル（著）、阿部賢一（訳）」2017／河出書房新社



約束

不安定な写植書体で
作品の暗く不穏な雰囲気を

Font: 太ゴシック体B1

メインタイトルのロゴは、デジタルフォントではなく、写植書体「太ゴシック体B1」(モリサワ)をベースにしたもの。同社のスタンダードなゴシック体「太ゴシック101」のルーツ的な書体で、画面の先端に抑揚がつづられているなど独特の味わいを持つ。同時に、若干丸削りで不安定な部分もあり、それが作品の「不穏なアンバランスさ」を表現するのに適しているため選択された。ただし、ロゴとしての安定感が欲るるに「約」の点の角度だけ少し変えてバランスを整えている

活字風の欧文書体で
物語の時代性を演出

Font: Metallophilic Sp8 Medium

原題の「Slib」(チェコ語で「約束」の意味)の文字は、40年代の活版印刷の風合いを持たせリファイン字体「Metallophilic Sp8 Medium」(Mark Simonson)。小説の舞台がドイツ占領下および戦後の共産主義体制下のチェコ・ブルノということで、その時代背景に近い書体が選ばれた

ADadeyf
RGrghsk
1234567



「怒りのロードショーマクレーン」2017 / KADOKAWA

“

極太書体でアクション映画のポスター風に

漫画「怒りのロードショーマクレーン」

●AD: 横木哲宏 [arcoinc] D: 池田 悠 [arcoinc]

映画更にあふれた「映画バカども」の青春を描いたコメディ漫画。その作品テーマを分かりやすく伝えるため、表紙カバーはアクション映画のポスターを模範して、大きさで迫力のある雰囲気を全面に押し出した。同時にパロディ色を強めることで作品のコミカルな部分を表現している。このほか、文字要素を表紙の下方に配置し、イラストを優先して見せることで「映画ポスターらしさ」を演出するといった工夫。

**ADEYF
RGHSK
1234567**

主張のはっきりした書体で
映画ポスターらしさを

Font ITC Machine Bold

タイトルの欧文表記部分は、直線で構成されたサンセリフ書体「ITC Machine Bold」(ITC)。アクション画面によく見かける主張のはっきりした書体をイメージして選択した。メインのタイトルロゴに遊び心を加えているほか、欧文部分は「映画ポスターらしさ」を重視してデザインバランスをとった

怒りの

強烈なインパクトの書体に
荒々しい加工を施す

Font ラグランパンチ UB

メインタイトルの文字は、極端に太い書体で、ながら可読性が高くてモラスな雰囲気を持つ「ラグランパンチ UB」(フォントワークス)をベースにしながら、文字が持つ特徴を「むかしき」として表現した。同時に、アクション映画らしさを演出するため、さらついたテクスチャで文字表面に荒々しい表情を加えるなどの加工を行っている

CASE

3

MARIKA
meets
CREATORS

vol. 22





MARIKA *meets* CREATORS

vol.22 イラストレーター 宇野亞臺良

アートやデザイン好きで知られる乃木坂46の伊藤万理華さんがクリエイターを訪ねる本連載。今回は「マジョリ画」が大きく話題になった、イラストレーターの宇野亞喜良さんが登場。長年にわたって活躍する宇野さんの作品の魅力に、若い世代としての視点から迫りました！

●文 香月季史 ●写真 小倉直沙子 ●ヘア&メイク 吉田真佐美



大きなテーブルの上にはイラストを描くための使い込まれた墨囲気の道具がすらり

万理華 私は宇野さんの古くからの作品を知っていたわけではないんですけど、雑誌「装苑」の表紙や、椎名林檎さんのアルバム「浮き名」「月氷抄」のジャケットイラストなど、実は自分の目にしたものの中に宇野さんの作品がすぐあくあんなって気付いて、それでからどんどん調べるようになったんです。

宇野 ありがとう。今の若い人が僕たちの世代のことを調べるのは結構、大変なんじゃないかな?

万理華 昔からの経験など、全部を知るのは難しいかもしれません。でも、宇野さんの作品には私たちの世代にもドンピシャにはまっているものもあって、そこから入っていって昔のものを知っていくかたちでした。最近だったら、化

社品「マジョリカ マジョルカ」の、宇野さんの描いた豚のバーツを組み合わせて似顔絵を作りました。Web上の似顔絵ジェネレーター「マジョリカ」が話題になりましたよ。「マジョリカ」は若い子の中で流れていて、みんなSNSに上げていました。それを見て、すごく今っぽくてかわいいなと思って。

宇野 うれしいですね。でも実は、若い人にフィットするにはどうしたらいいかとか、あまり考えてはこなったんです。例えばファッション雑誌を見て、今流行を分析するわけではなくて、なんとなく抽象的に女の子を描きたいというか、
万理華 宇野さんの作品を見ていると、昔に描いた作品を見ても、古い時代のものだと思ったら、今はさうでもないですね。物語のとじにじかに

[いとう・まりか]

1996年2月20日生まれ。神奈川県出身。2011年より、アイドルグループ乃木坂46の第1期生として活動中。2016年10月には主演短編映画「アニバーサリー」が全国公開。その他、雑誌など、乃木坂46としてだけでなく個人としての活躍の場も広がっている。

〔うの・あきら〕

1934年名古屋生まれ。名古屋市立工芸高校園芸科卒業。カルビス食品工業、日本デザインセンター、スタジオ・ルフィラルを経て、1970年宮澤伸太郎、日吉美貴共賞、講談社出版文化賞大賞を受賞。サンリオ美術賞、赤い鳥勝利賞、日本経済賞、全広連日本文賞、白山名賞。挑戦者賞大賞を受賞。1999年経済委員会賞、2010年猪木小糸賞を受賞。現在イラストレーターとして「エイジ」を務め、2019年1月に小糸賞を受賞。

京都アートフェアが作品を出展!

「アートフェア東京 2017」にて宇野亞喜良さんが作品を出展します。東京国際フォーラム ホールEにて、期間は3月17日～19日まで、

て、そのまま今の若い子にぴったりはまってい
る気がします

宇野 特定の時代のファッションを組て、それとつながりすぎちゃうと、その時代が終焉を迎えるときに僕自身も終わっちゃうみたいな恐怖感もあるんです。まあ、僕が急げ子だからっていうのもあるんだけど(笑)、ずっと描いていためには、ある時代の流行をそのまま取り込みたくないと思っています。

万理華 それから、伊勢丹新宿店やファッショ
ンブランドとのコラボなどで、私たちが日常的
に身につけるものにも、宇野さんの作品がたく
さん関わっていることもあります。私の友人
も宇野さんのイラストが入ったトートバッグを
使っていました！

あの「マジョリ画」の原画を見せてもらいました

髪や服のバーツをそれぞれトレーシングペーパーに描き、実際に組み合わせていながら創作をしたそう。限定バッケージのイラストも宇野さんが手がけた



今すぐ身につけたい おしゃれなテキスタイルグッズ

バッジに印典で名前をレタリングしてもらひ、伊藤さん大興奮、大判のスカーフは取材中ずっと身につけるほとお気に入りに。

宇野 本当に最近、そういうタイミングが来ているのか、こんなに本格的にファッション業界というかアパレルとつながったのは2016年が初めてくらいなんですね。「KEITA MARUYAMA」とのコラボはもう少し前からやっていたけれど、それでもつながるようになつてまだそんなに経ていないんです。

万理華 ジャあ本当に最近なんですね。それは意外でした。宇野さんの描かれるものの中では女の子の絵が代表的ですが、他にも描かれているモチーフがとてもかわいらしくて。

宇野 例えば髪型を描く時でも、たいてい男性の絵描きって、全体のフォルムに注目している人が多いと思うんだけど、僕は三つ編みにして後ろに回してとか、シニヨンをどうするとかディ

テールを意意識に考えちゃう。ジーンズでも、色と形に注目して描くというよりは、僕はジーンズっぽさってやっぱり横のステッチじゃないかなと思って、ミシン目を描いたりとかね。

万理華 ちょっと違った目線から描いてるんですね。

宇野 子供の頃に中原淳一さんの少女向け雑誌とか、妹の持っていた雑誌を読みだして育って、それが僕の描くものの女性的な感性につながっているのかなと思います。それから僕の家は喫茶店だったので、客を滞留させるために文芸誌やいろんな雑誌が置いてあったから、とにかくそういうものはよく見てましたよね。

万理華 宇野さんといえば、寺山修司さんはじめとした演劇のポスターのイラストもよく描か

れてますよね。その場合って、描く前にお芝居の台本をどこまで読み込んだりするんですか?

宇野 もちろん、読むことは読むんですけど、寺山さんの場合は「こういう芝居をやるから描いて」と言わされた時に、彼がまだ台本を書いてなくて、内容ができないなったりすることもあって。

万理華 エッ? その場合はどうやってポスターを作っていくんですか?

宇野 芝居の大体の構造を聞いて描くんだけど、僕が「ポスターのこのあたりの位置にコピーがあったらしいな」って言うと、寺山さんが言葉を書いてくれるんです。でも芝居ができる前に書いてるわけだから、ポスターに書いた言葉は、本番の芝居の台詞とか考え方とは違う内容になっちゃう。だけど寺山さんは、宣伝媒体と



ユニークなエピソード満載の

演劇ポスター

宇野さんの代表作の一つでもある寺山修司さんの演劇のポスター、寺山さんとの交流や独創的な制作の背景のお話をじっくりと聞き入ります

素敵なマスクをつけて
思わずポーズ

イラストの他にも舞台など
の衣装を手がけることもある宇野さん。伊藤さんがつ
けている人面のマスクは、
なんと鉛筆を拭き取る練
習を貼り付けたもの!



して面白ければいいっていう考え方で、デザイン的に必要だったらコピーも書いてくれちゃう。万理華 へー、面白い！そこまで全部含めて作品として面白がる感じですね。これは実際の台詞にはないんだって思うと、逆にレアな言葉のように思うから、そこに気づいたらまた楽しめ。あ、この絵もいいなあ、色がきれい。

宇野 これは「新奇版チー一夜物語」っていう寺山さんの芝居のポスター(128ページ左上写真)だけど、女性が自分のおっぱいを絞ってコーヒーに入れているみたいなイメージを思ついてイラストにしたんです。そうしたら寺山さんがあこがれで面白がってくれて、マジシャンをやっている人に相談して、実際に舞台上で母乳を模したものを出せるような仕掛けを作つて、そう

いうシーンを入れてくれた。

万理華 すごい！ポスターのアイデアが演出に影響してるというか、一緒にお芝居を作ってるんだなって感じますね。

宇野 こちらの出したイメージを作品の中でさらに加算してくれるっていうのは、寺山さんの面白さですね。

万理華 それと、この1960年代ごろのポスターを今見ても、描かれているモチーフがひとつひとつ凝ついてたり、色使いだつたりが魅力的でかわいいなって思います。このポスターを一目見ただけで、これがポーチになったらいいのにとか、Tシャツになったら絶対かわいいみたいなアイデアが湧きますね。この頃の色使い、毒々しいところも好きです。

宇野 このあたりの時代は、サイケデリックっていう言葉が流行っていた時代ですよね。色使いが奇抜でちょっと陽気な悪夢みたいな(笑)。

万理華 まったく同じじゃないんですけど、今、「病みかわいい」という言葉があるんです。かわいいものは対照的なものを組み合わせて、看要素が強かったりするところは、それと通じるところがあるのかも。

宇野 そうなんだ、今の若い人の中で、そういうものが流行ってたり、面白いって思ってくれるのはいいよね。

万理華 (宇野さんの作品集をめぐながら)あー、一つ一つのポスターについて細かい部分が聞きたくなる！それじゃいつまでも話が終わらないですね(笑)。

デザインとグラフィックの総合情報誌 [月刊エムディエヌ]

MdN

DESIGN & GRAPHIC

月刊 [エムディエヌ] 毎月6日発売

電子版の発売日は電子書籍ストアによって異なります。

本誌に掲載されている原稿、写真、イラスト、図版などを記事の一部あるいは全部を、無断で複数、複製、使用することを禁止いたします。

©2017 MdN Corporation. All Rights Reserved.

作品クレジットに注目してこそ、マニア。

2017年4月号(毎月8日発売)3月6日発売 通巻第276号 1,490円

MdN DESIGN & GRAPHIC

2017 APRIL

Vol. 276

「特集」

作品の スタッフ・クレジット 読み解けるもの

デザインとグラフィックの総合情報誌[月刊エムディエヌ]

マスタリング

宣伝美術

画

製作進行

撮影

校閲

サウンドデザイン

ラインプロデューザー

VFX

色彩設定

ドラマトウルク

シリーズ構成

コンセプトデザイン

音響効果

脚本

美術

サウンドプロデュース

ミキシング

印刷所

第2原画

プロダクションデザイン

データ
早送
ツクリ
タリ

製作委員会

演出部

舞
タ
ク
レ
ジ
ト
に
注
目

スクリプター

監督

プロ
に
注
目

製作

プロップデザイン

舞
読み
飛
ば
じ
が
ち
な

キャラクターデザイン

発行人

プロモ
ター

衣裳

照明

製本所

タイトルロゴデザイン

アートディレクション

音響

校正

舞
台、
ア
ニ
メ

映画、
音楽、
雑誌、